บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจเกือบทุกประเภทและทุกขนาด มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและจริงจังในรูปแบบต่างๆ กัน เพื่อที่จะรักษาสถานภาพ หรือเพื่อโอกาสก้าวหน้า และความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยในการแข่งขันที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งอีกอย่างหนึ่งคือ การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่มาติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ

การให้การบริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ การให้บริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่มาติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆในโอกาสหน้า การต้อนรับและการเอาใจใส่เพื่อให้ธุรกิจเป็นเลิศ จะกระทำได้ดีมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ปฏิบัติหน้าที่ที่จะนำศาสตร์ไปประยุกต์ใช้อย่างมีศิลป์ ในขณะเดียวกันผู้ให้บริการจะต้องยอมรับตนเองและผู้อื่นพร้อมที่จะปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตนเองในทักษะด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการบริการเป็นเลิศ นำความสำเร็จและความเจริญเติบโตก้าวหน้ามาสู่องค์กรของตนได้ในที่สุด

ในส่วนของธุรกิจด้านการธนาคารนั้นในอนาคตจะเข้าสู่ยุคของการช่วงชิงลูกค้าด้วยการ “บริหารเพื่อการเข้าถึงลูกค้า (Market driven)” กล่าวคือ การที่ธนาคารหนึ่งสามารถเข้าถึงตัวลูกค้าได้เร็วและประทับใจกว่าธนาคารอื่นๆ มิใช่มุ่งเน้นการบริหารธนาคารเพื่อควบคุมต้นทุน คุณภาพและประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ต้องมุ่งสู่ประสิทธิผลโดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทีมากขึ้นด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างประสิทธิผลดังกล่าว

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จึงมีนโยบายสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา 7 ประการดังนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน. 2552 : ออนไลน์)

1. การเป็นสถาบันการเงินแนวหน้าที่มีส่วนร่วมในการชี้นำเพื่อพัฒนาสังคมชนบท ภาพลักษณ์นี้ถือเป็นการยกระดับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในฐานะที่เป็นองค์การพัฒนาการเกษตร โดยรัฐบาลได้อาศัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

(ธ.ก.ส.) เป็นส่วนหนึ่งของกลไกเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาประเทศ แต่ในสถานการณ์ที่เป็นจริง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ไม่ได้มีส่วนสำคัญต่อการผลักดันให้มีการกำหนดนโยบายด้านการเกษตรเพื่อพัฒนาสังคมชนบทให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเท่าที่ควร ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)จึงถือเป็นวาระแรกและสำคัญที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารเพื่อการพัฒนาชนบท

2. การเป็นสถาบันที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับลูกค้าและรวมทั้งพนักงานเอง หมายถึง การสร้างความรู้สึกของลูกค้าที่เหนือไปกว่า “การสร้างความพึงพอใจในการบริการ” แต่เป็นความรู้สึกที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ลูกค้ากล้าที่จะเอ่ยอ้างถึงการเป็นคนที่เกี่ยวข้องกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ด้วยความภาคภูมิใจว่า เป็นสถาบันธุรกิจการเงินที่มีชื่อเป็นที่ยอมรับแห่งหนึ่ง

3. การเป็นธนาคารที่มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่มากที่สุด

4. การเป็นสถาบันที่มีความทันสมัย โดยแสดงให้เห็นจากสิ่งที่ปรากฏ เช่น อาคารสถานที่ ระบบขั้นตอนการปฏิบัติงานและเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำทันยุคสมัย

5. การมีบริการที่สามารถดึงดูดให้อยู่ในความนิยมและครอบคลุมทุกด้าน โดยสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น มีบริการต่างๆเช่นเดียวธนาคารพาณิชย์ทั่วไป เป็นต้น

6. คุณภาพในการบริการที่เป็นเลิศ ด้วยการสลัดภาพลักษณ์ดั้งเดิมที่คนทั่วไปเข้าใจว่าเป็นธนาคารเพื่อให้เกษตรกรกู้เงินอย่างเดียวเท่านั้น ไม่มีบริการด้านอื่นและต้องรอนานเพราะความล่าช้า ตราบใดที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ยังไม่สามารถสลายภาพที่คนทั่วไปเคยเห็นเกษตรกรมาประดังห้อมล้อมธนาคารมากมายในช่วงฤดูกาลการจ่ายเงินกู้ ให้หายไปจากจิตใจของคนทั่วไป ย่อมเป็นอุปสรรคต่อการขยายงานด้านต่างๆ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในอนาคต ดังนั้นภาพลักษณ์นี้มีความสำคัญมาก

7. ผู้นำ และพนักงานมีคุณภาพน่าเชื่อถือไว้วางใจและผูกพันใกล้ชิดกับลูกค้าเหมือนญาติพี่น้อง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นหน่วยงานของกระทวงการคลัง ให้การบริการทางด้านสินเชื่อ ด้านการเงิน และอื่นๆ ด้วยปรัชญาและแนวคิดที่เสียสละมุ่งไปที่ “ความมีอุดมการณ์ และซื่อสัตย์” มุ่งเน้นไปที่การบุกเบิกงานอย่างหนักเพื่อวางรากฐานของความสำเร็จของงานด้านต่างๆให้มั่นคง เป็นธนาคารที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีเงินทุนสำหรับประกอบอาชีพและลดการเอารัดเอาเปรียบจากนายทุนนอกระบบ จึงมีบทบาทเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาสในชนบท ในภาวะปัจจุบันถือว่าเป็นยุคของกระแสการเปลี่ยนแปลงที่มีความผันผวน แปรเปลี่ยนที่รุนแรง เป็นยุคของการเร่งเติบโตอย่างแท้จริง ในช่วงนี้ธนาคาร

ได้รับผลกระทบสืบเนื่องจากการเร่งขยายงานที่รวดเร็วทุกด้าน มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นทั้งภารกิจและขั้นตอนปฏิบัติงานที่ต้องตอบสนองไม่เพียงแต่ต่อตัวลูกค้าเท่านั้น ยังกลายเป็นกลไกหลักที่สำคัญแห่งหนึ่งของการสานต่อนโยบายรัฐบาลให้บรรลุผลสำเร็จปรัชญา และแนวคิดในการดำเนินงานเริ่มมีความผูกพันและขัดแย้งในตัวเอง หลายต่อหลายครั้งกรอบแนวความคิดที่แตกต่างกันนี้ได้นำไปสู่การปะทะกันจนเกิดปัญหาในการเปลี่ยนแปลงนโยบายไปปฏิบัติของธนาคารสภาวการณ์แวดล้อมต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านเศรษฐกิจสังคม การเมืองและเทคโนโลยี เริ่มบีบรัดให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จำเป็นต้องปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมด้วยการเปิดตัวเองกับภายนอกมากยิ่งขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เปิดดำเนินการมาแล้ว 14 ปี และในแต่ละเดือนที่ผ่านมามีผู้มาใช้บริการโดยเฉลี่ยประมาณ 2,320 ราย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน. 2552 : ออนไลน์) จากจำนวนผู้มาใช้บริการ ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าการทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุง และบริหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อสนองตอบผู้มาใช้บริการอย่างดีที่สุด พนักงานของธนาคารฯ จึงต้องมีจิตมุ่งบริการตามนโยบายการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารฯ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันก็ถือปฏิบัติตามนโยบายของธนาคารฯ และมีหน้าที่มุ่งเน้นพัฒนาการให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการของธนาคารฯ โดยบริการด้วยความเต็มใจ เสมือนว่าให้บริการคนในครอบครัวของตนเองเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้มาใช้บริการ และก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวมต่อไป

เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน มีความสำคัญต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารฯ ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลในการหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในด้านการบริการให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารฯ โดยได้รับความสะดวกรวดเร็วและมีทัศนคติที่ดีต่อบริการทุกๆด้านที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันจัดบริการไว้ นอกจากนี้ ยังเป็นการเสริมสร้างชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับและกล่าวถึงในทางที่ดีในอนาคตอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีขอบเขตของการวิจัยคือ

1. หน่วยในการวิเคราะห์/หน่วยในการวิจัย (Unit of analysis) ได้แก่ ผู้บริหารสาขาฯ และลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

2.1 ประชากรในการวิจัย คือ ผู้บริหารสาขาฯ จำนวน 5 คนและลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จำนวน 2,320 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสาขาฯซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 5 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive random sampling) และลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ระหว่างวันที่ 17-21 สิงหาคม พ.ศ. 2552 เวลา 8.30-15.30 น. จำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

2.3 พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน แผนกบริการบริเวณชั้น 1 และชั้น 2

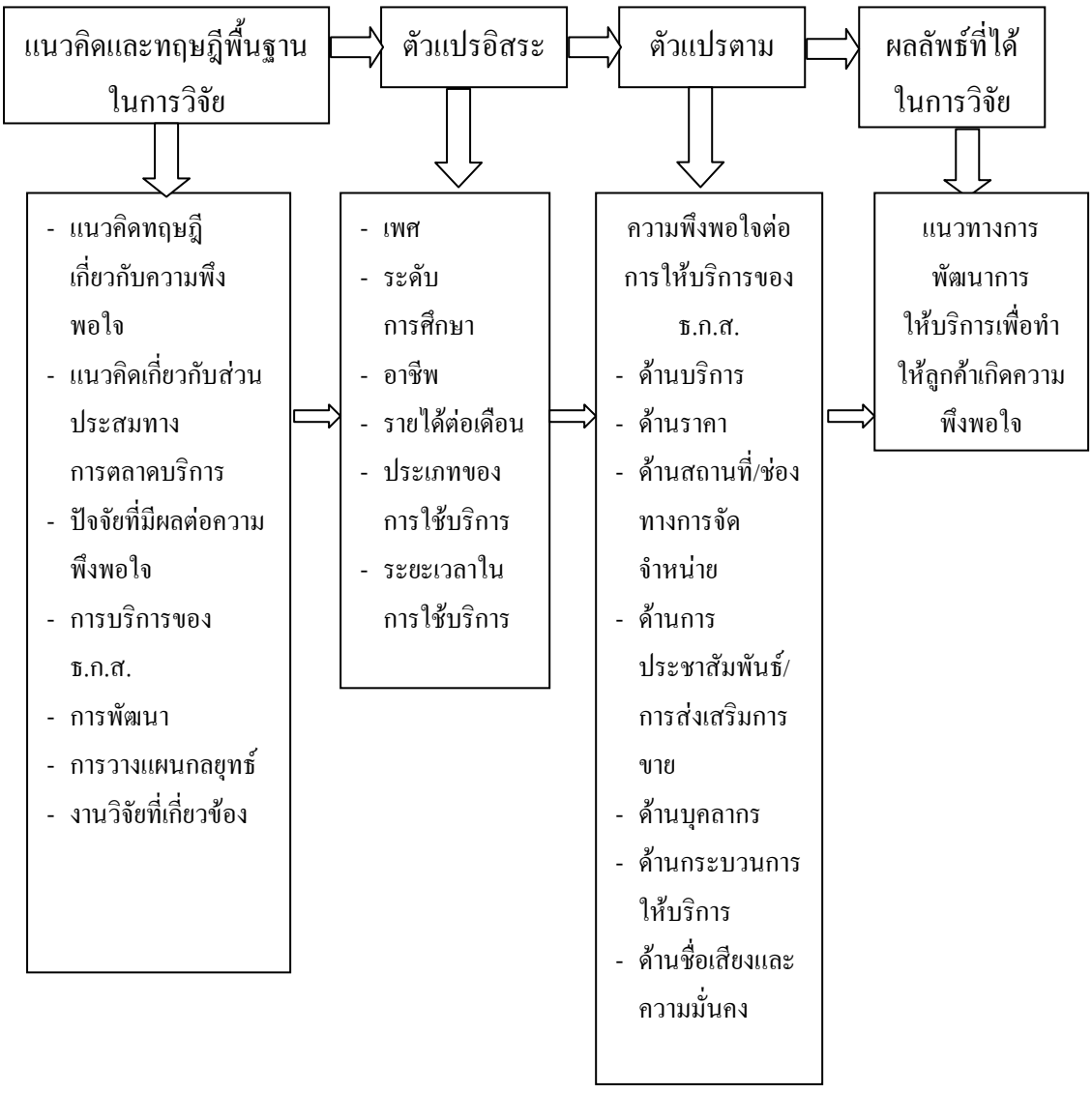
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการและระยะเวลาในการใช้บริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่จะนำเสนอสินค้าต่อลูกค้าที่มีอำนาจในการซื้อและเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้บริโภครู้จักตัวสินค้า รู้สึกพึงพอใจ สนใจในตัวสินค้าเพื่อให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจบริการ จะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การพัฒนาการให้บริการ หมายถึง การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ระบบการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 7 ด้านคือ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการและด้านชื่อเสียงความมั่นคง

2. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร หมายถึง คะแนนที่วัดระดับความรู้สึกที่มีต่อการให้การบริการของธนาคาร 7 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านชื่อเสียงและความมั่นคง โดยวัดจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็น 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3. ด้านการบริการ หมายถึง การบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันประกอบด้วย ด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ ด้านการเงินการธนาคาร

4. ด้านราคา หมายถึง อัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียมต่างๆ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

5. ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สภาพของอาคาร สถานที่ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ธนาคารบริการให้กับลูกค้า

6. ด้านการประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขาย หมายถึง ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่ธนาคารทำการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้ทราบ

7. ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานประจำของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันทุกแผนก เกี่ยวกับการให้คำแนะนำและการให้บริการ ได้แก่ ฝ่ายสินเชื่อ ฝ่ายบัญชีการเงิน และฝ่ายธุรการ

8. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการของพนักงานกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

9. ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง หมายถึง ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

10. ลูกค้า หมายถึง บุคคลที่มาใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ด้านสินเชื่อ ด้านบัญชีการเงิน และด้านธุรการ

11. ผู้บริหารสาขาฯ หมายถึง พนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันตั้งแต่ระดับ 8 ขึ้นไป

12. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

13. เพศ หมายถึง คุณลักษณะของผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน โดยแบ่งออกเป็นเพศชายและเพศหญิง

14. อายุ หมายถึง จำนวนปีเต็มของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

15. ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

16. ระดับการศึกษา (ผู้บริหารสาขาฯ) หมายถึง วุฒิการศึกษาของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน โดยแบ่งเป็น 4 ระดับ คือ อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

17. อาชีพ หมายถึง การประกอบอาชีพของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน แบ่งออกเป็นกลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจ/ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ

18. รายได้ต่อเดือน หมายถึง จำนวนเงินที่ได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

19. ประเภทของการใช้บริการ หมายถึง การมาใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันเกี่ยวกับด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ ด้านการเงินการธนาคาร ด้านค่าบริการและค่าธรรมเนียม และด้านอัตราดอกเบี้ย

20. ระยะเวลาในการใช้บริการ หมายถึง จำนวนปีที่ลูกค้ามาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลและวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

โดยมีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดของวัตถุประสงค์และความต้องการที่จะนำแนวทางการพัฒนาการให้บริการลูกค้า ไปใช้งาน

2. กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3. ร่างแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

4. ส่งร่างแบบสอบถามให้คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ

5. ปรับปรุงร่างแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ แล้วนำไปทดสอบกับตัวอย่างจำนวน 30 ราย

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาประมวลผลเพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

7. วิเคราะห์ผลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลและเขียนบทสรุปการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการให้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาวิจัยทำให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการซึ่งได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงได้รวบรวมและสรุป เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยจะนำเสนอเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ
3. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
4. การบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน
5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา
6. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า แซททิสแฟคชั่น (Satisfaction) ซึ่งมีความหมายโดยทั่ว ๆ ไปว่า ระดับความรู้ในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (จิตตินันท์ เตชะคุปต์. 2544 : 19)

นอกจากนี้ความพึงพอใจที่นักวิชาการให้นิยามมีนัยหรือความหมายใกล้เคียงกัน โดยนัยแรกหมายถึง เจตนคติหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามที่คาดหวังไว้ มีดังนี้

กู๊ด (Good. 1973 : 320) กล่าวว่าความหมายของคำว่า ความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ

วูม (Vroom. 1964 : 99) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใด สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึงผลจากการที่บุคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นความพอใจในสิ่งนั้น ส่วนด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงความไม่พอใจในสิ่งนั้น ๆ

นิรมล คำพริก (2541 : 18-19) เห็นว่าความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ ความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลโดยอาจตอบสนองในรูปที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้จากการที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายต่อไปว่าความพึงพอใจหมายถึง หน้าที่ความรู้ ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายหลังจากที่ได้รับประสบการณ์ในสิ่งนั้นมาแล้วในลักษณะบวก คือ ความพอใจ นิยมชมชอบ สนับสนุน หรือเจตคติที่ดีของบุคคลเมื่อเขาได้รับการตอบสนองความต้องการในทางตรงกันข้ามถ้าเขาไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ดวงพร ลิ้มพันธ์ (2545 : 6) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการท่าคาดหวังไว้ของบุคคลนั้นได้

นัยที่สองในทางธุรกิจและการบริการ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับจากการประเมินหลังจากการรับบริการในระยะหนึ่ง มีดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543 : 3) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการกระทำของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดความแตกต่างระหว่างระหว่างผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรับรู้ในอดีตของผู้ซื้อส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือการกระทำของผลิตภัณฑ์ เกิดจากการที่นักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม การสร้างคุณค่าเพิ่มจากการผลิต และการตลาดรวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์สอดคล้องกับการคาดหวังของผู้ซื้อโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวม

นอกจากนี้ สุทธิชาติ อำมาตย์หิน (2543 : 11) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยแบ่งออกเป็น 2 นัยคือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของสถานการณ์หลายอย่างเกิดกับผลิตภัณฑ์หรือบริการระยะหนึ่ง

วราภรณ์ ช่วยนุกิจ (2544 : 8) ได้สรุปจากการที่ได้ศึกษาแนวคิดเรื่องความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกในด้านบวกอันเนื่องมาจากความสำเร็จ ความประสงค์ในสิ่งที่ตนคาดหมายไว้ เป็นความรู้สึกที่ปรับเปลี่ยนได้เสมอขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ สภาพแวดล้อมช่วงเวลาในขณะนั้น ๆ ความพึงพอใจเป็นพลังแห่งการสร้างสรรค์สามารถกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจ มั่นใจที่จะปรับพฤติกรรมให้เป็นไปในแนวทางอันพึงประสงค์ปรารถนาได้

วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : 11) ได้สรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบความรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการให้บริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

บุญชู ชาวเชียงขวาง (2541 : 30) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้านเป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามที่จะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่าง เพื่อจะตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพึงพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสิ่งหนึ่งหรือการบริการกับความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ มักนิยมศึกษากันสองมิติ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 15) คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้จำนวนมากในลักษณะใกล้เคียง

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow’s need theory)

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow’s need theory) (ชิดชงค์ ส. นันทนาเนตร. 2549 : 18 - 19) กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) มีลักษณะนามธรรม คือเป็นวิธีที่ชักนำพฤติกรรมผู้อื่นให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ความพยายามที่จะชักจูงใจให้ผู้อื่นแสดงออกหรือปฏิบัติตามสิ่งจูงใจทั้งภายใน

ภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เอง ต่อมามูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคล คือ ความต้องการ (Need) Maslow ได้เสนอทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Needs-hierarchy theory) ซึ่งนับได้ว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

ความพึงพอใจซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองทางด้านร่างกายและจิตใจการตอบสนองในความต้องการความรู้สึกที่ปลอดภัย การตอบสนองทางสังคมและการได้รับการยกย่องให้เกียรติ บุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่พร้อมจะกระทำ การกระทำของบุคคลได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์นั้นอย่างไร บุคคลเรียนรู้โดยการส่งข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าอัน ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส อย่างไรก็ตามแต่ละคนได้รับการจัดการ และแปลความรู้สึกเหล่านี้ด้วยวิธีของแต่ละคน การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการบุคคลเลือกรับรู้ จัดการ และตีความหมายจากข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจ

1.3 การวัดความพึงพอใจ

ปราณี กีรติธร (2543 : 28) กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยวัดจาก

1. การบริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม เสมอภาค และเสมอหน้า ไม่ว่าใครเป็นใคร

2. การบริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือ ความเพียงในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) จนกว่าจะบรรลุผลการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย

สรุปการวัดความพึงพอใจสามารถวัดได้จากผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการทางด้านการบริการอย่างเท่าเทียม รวดเร็วทันต่อเวลา เพียงพอและต่อเนื่อง

1.4 มิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction)

ในธุรกิจบริการนั้น การให้ความสำคัญต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการ และการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ถูกใจลูกค้านับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อ ๆ ไป กิจการบริการก็จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่าง

ราบรื่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทั้งในฐานะของผู้รับบริการและผู้ให้บริการซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ

ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Consumer satisfaction) ตามแนวคิดของนักการตลาด อเดย์และแอนเดอรสัน (Aday and Anderson. 1971 : 52-80) จะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 นัย คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้ในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เป็นหลักให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะหนึ่ง

มีผู้กล่าวถึง แนวคิดนี้ไว้จำนวนมากในลักษณะใกล้เคียงและสัมพันธ์กับเรื่องความพึงพอใจดังตัวอย่างเช่น

ซิเทียมล์และเบอร์รี่ (Zeithiaml and Berry. 1988 : 215) กล่าวถึง หลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ได้แก่ ความสม่ำเสมอ (Consistency) ความพึ่งพาได้ (Dependability)

2. การตอบสนอง (Responsiveness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลาความต่อเนื่องในการติดต่อปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ (Competence) ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึง (Access) ได้แก่ ผู้ใช้บริการเขาใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรซับซ้อนมากมายเกินไป ผู้ใช้บริการในเวลารอคอยน้อย อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

5. สุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ได้แก่ การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (Communication) มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) ได้แก่ คุณภาพของงานบริการที่มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์

9. ความเข้าใจ (Understanding) ได้แก่ การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำและการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการการให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจัดสถานที่บริการสวยงามและสะอาด

สรุปมิติที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจสามารถสรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า ความสะดวกของแหล่งบริการ ความประหยัด ความมากน้อยของปริมาณบริการ ความสอดคล้องของการให้บริการ ความสามารถของผู้ให้บริการและการยอมรับคุณภาพของบริการเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ

1.5 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดเพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ดังนี้ (จิตตินันท์ เตชะคุปต์. 2544 : 21)

1.5.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ องค์การบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการ ดังนี้

1.5.1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ ลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา

1.5.1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญ ในการประเมินคุณภาพของการบริการหากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า ก็ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไปคุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจผู้อื่น

1.5.1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการเป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของคนเรา เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่า ความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการพนักงานบริการก็ยอมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.5.2 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1.5.2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าก็จะพยายามค้นหา ปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้

1.5.2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการงานเป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของคนเรา เพื่อได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่องค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไปในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

สรุป ความสำคัญต่อผู้ให้บริการและความสำคัญต่อผู้รับบริการ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานบริการ ความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความ สำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

1.6 ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการ (จิตตินันท์ เตชะคุปต์. 2544 : 23) มีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะทั่วไป ดังนี้

1.6.1 ความพึงพอใจในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ การรับรู้เรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

1.6.2 ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในสถานการณ์การบริการ ก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูลการรับประกันบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมารับบริการ หรือความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าควรจะได้รับ (Expectations) นี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) กับความคาดหวังที่มีอยู่ ผู้รับริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว

1.6.3 ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามกันก็ตาม นอกจากนี้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้

ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

1.7 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับในการบริการกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจาการบริการ ในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้นซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้ (จิตตินันท์ เตชะคุปต์. 2544 : 24)

2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ค็อตเลอร์ (Kotler) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 35) ได้กล่าวถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นกลยุทธ์ที่จะนำเสนอสินค้าต่อลูกค้าที่มีอำนาจในการซื้อและเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้บริโภครู้จักตัวสินค้า รู้สึกพึงพอใจ สนใจในตัวสินค้าเพื่อให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจบริการ จะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งจะประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงอีก 3Ps ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับธุรกิจบริการ คือ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process)

ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการจึงมีองค์ประกอบที่เพิ่มเติมจากส่วนประสมทางการตลาดสินค้าทั่วไปซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ค็อตเลอร์ (Kotler) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2543: 92) ให้ความหมาย ผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าหมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาด เพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้หรือการบริโภค และสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดได้ หรือหมายถึงกลุ่มของสิ่งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้ซื้อ ซึ่งอาจรวมถึงสี การบรรจุหีบห่อ คุณภาพ ราคา ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ การบริการ เป็นต้น จากความหมายเหล่านี้จะเห็นว่าสิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงถือว่า ธุรกิจจะขายผลประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยด้านกายภาพอื่น ๆ และพฤติกรรมของผู้ซื้อ โดยปัจจัยเหล่านี้จะถูกประเมินโดยผู้ซื้อในรูปของคุณค่าของตัวมันเอง และความเชื่อประสบการณ์ที่ผ่านมา ปีเตอร์และโอลเสน (Peter and Olsen. 1990 : 334)

ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สินค้า บริการและความคิด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 6) ตัวสินค้าหรือบริการ ก็เป็นมูลเหตุสำคัญในการมาใช้บริการของธนาคาร เฉพาะตัวสินค้าหรือบริการที่นำเสนอนั้นเป็นความต้องการของผู้ใช้บริการหรือไม่ ซึ่งธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ได้คิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการออกใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อสภาพการณ์ปัจจุบัน

องค์ประกอบที่ 2 ด้านราคา (Price)

ราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกตัดสินใจ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์จะส่งผลต่อปริมาณการขาย ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าตั้งราคา เพื่อต้องการกำไรหรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาดหรือเป้าหมายอื่น ซึ่งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายและสามารถสู้กับคู่แข่งขันได้ กลยุทธ์ด้านราคาเป็นเครื่องมือสำคัญที่คู่แข่งขันนำมาใช้ได้ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่น ๆ เช่น การลดราคาหรือการตั้งราคาสินค้าให้สูง สำหรับราคาสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมในการตั้งราคา มีสินค้ามากมายที่ใช้ราคาเป็นตัวชี้แนะถึงคุณภาพของสินค้าและเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 120)

องค์ประกอบที่ 3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Channel of distribution) จะเป็นการมุ่งถึงชนิดของช่องทางการจัดจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงหรือการขายสินค้าผ่านสถาบัน คนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailer) และตัวแทนคนกลาง (Agent middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical distribution) การกระจายตัวสินค้าเข้าสู่ผู้บริโภค โดยผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้วิธีการขนส่งอย่างไรถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ขั้นตอนการจัดเก็บรักษาสินค้าเพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 122)

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

กิจกรรมทางการตลาดทุกอย่างที่บริษัทแต่ละแห่งได้ดำเนินไปให้กับลูกค้าของตน ไม่ว่าจะเป็นการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เก่าหรือการขายตามปกติทุก ๆ กรณีต่างก็จำเป็นต้องมีการส่งข้อมูลไปยังเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ การส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าไปให้กับผู้บริโภคดังกล่าวนี้ คือ การสื่อสารการตลาด (Marketing communication)

การสื่อสารอาจเป็นการสื่อสารทางตรง เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย ซึ่งมีการสื่อความเข้าใจ โดยอาศัยภาษาเป็นเครื่องมือ และการสื่อสารทางอ้อมตามความคิด พฤติกรรมทางวัฒนธรรม และประเพณีต่าง ๆ เช่น ภาพพจน์ของบริษัทและบริการที่ให้กับลูกค้า เป็นต้น ซึ่งในกรณีหลังนี้จะมิได้มีการใช้ภาษาคำพูดเป็นสื่อแต่อย่างใด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 124)

องค์ประกอบที่ 5 ด้านบุคลากร (People)

จากลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า Inseparability บุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการ และการให้บริการ ในปัจจุบันซึ่งสถานการณ์การแข่งขันธุรกิจรุนแรงขึ้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง ดังนั้นพนักงานจึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความรู้สึกประทับใจต่อการให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียมสามารถตอบสนองและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้ามีความคิดริเริ่มและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์การ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 125)

องค์ประกอบที่ 6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า จะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ ส่วนในด้านของความหลากหลายต้องพิจารณาถึงความอิสระและความยืดหยุ่น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 126)

องค์ประกอบที่ 7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence & presentation)

หมายถึง ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพ และเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่ง และแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร ความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ เป็นต้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 127)

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการจะประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การบริการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียด สิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างและคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

1.1 ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการทั้งนี้ เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการของ แต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

1.2 สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

1.3 การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

1.4 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการและผู้บริหารการบริการรวมถึงผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการ ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติบริการหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมการบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

1.5 สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคาร สถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

1.6 กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผล

ให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้พบว่าได้มีผู้สนใจทำการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความพึงพอใจหลายท่านซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งนี้ได้ดังนี้

1. ด้านเพศ

ได้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับเพศและความพึงพอใจต่อการบริการโดยมี 2 นัยดังนี้คือ

1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วัชรพงษ์ พีบขุนทด (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)สาขาด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

สุกัญญา ปิยะสกุลชัย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ภายหลังการนำระบบคุณภาพ ISO 9002 มาใช้ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์แตกต่างกัน

1.2 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศของลูกค้าที่มาใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

สุกฤษณ์ ตั้งคงนุช (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางเขน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันจะไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด พบว่า สมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

2. ด้านอายุ

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : 112) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางโพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน

วาสนา รักเจียม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสะพานจอมเกล้า พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุกัญญา ปิยะสกุลชัย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ภายหลังการนำระบบคุณภาพ ISO 9002 มาใช้ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ไม่แตกต่างกัน

วัชรพงษ์ พืบขุนทด (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)สาขาด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

มาศวรรณ นาคสุวรรณ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

3. ด้านระดับการศึกษา

3.1 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางโพ พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

มาศวรรณ นาคสุวรรณ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

ศุภศิลป์ ไทยปรีชา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการแตกต่างกัน

3.2 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อที่มีการศึกษาต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด พบว่า สมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

4. ด้านอาชีพ

4.1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

สุกัญญา ปิยะสกุลชัย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ภายหลังการนำระบบคุณภาพ ISO 9002 มาใช้ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์แตกต่างกัน

วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางโพ พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

4.2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

วัชรพงษ์ พืชขุนทด (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)สาขาด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อที่มีอาชีพต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

วาสนา รักเจียม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสะพานจอมเกล้า พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

5. ด้านรายได้ต่อเดือน

5.1 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วัชรพงษ์ พืชขุนทด (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)สาขาด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

ศุภศิลป์ ไทยปรีชา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีจะความพึงพอใจแตกต่างกัน

วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางโพ พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

5.2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

สุกฤษณ์ ตั้งคงนุช (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางเขน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันจะไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

6. ด้านประเภทของการใช้บริการ

6.1 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

สุกัญญา ปิยะสกุลชัย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ภายหลังการนำระบบคุณภาพ ISO 9002 มาใช้ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้ต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์แตกต่างกัน

วัชรพงษ์ พีบขุนทด (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)สาขาด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่าประเภทที่ลูกค้าใช้บริการต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

6.2 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

สุกฤษณ์ ตั้งคงนุช (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางเขน พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกัน จะไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด พบว่า สมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านประเภทของสมาชิกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

7. ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ

7.1 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด พบว่า สมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

7.2 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

สุกฤษณ์ ตั้งคงนุช (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางเขน พบว่า ลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

จากงานวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่าข้อมูลทั่วไปของตัวแปรทั้ง 7 ด้านคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการและระยะเวลาในการใช้บริการ ยังไม่สามารถสรุปได้ว่ามีผลต่อความพึงพอใจหรือไม่ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเพียงเบื้องต้นเท่านั้น

4. การบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

ในด้านการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันในรูปแบบต่าง ๆ ได้เปิดให้บริการกับลูกค้ามาเมื่อปี พ.ศ. 2519 หรือเมื่อประมาณ 23 ปีที่ผ่านมา โดยเริ่มต้นจะมุ่งบริการด้านสินเชื่อ (หน่วยอำเภอ) ซึ่งขึ้นตรงกับสาขาพระนครศรีอยุธยา โดยมีหน้าที่ให้สินเชื่อกับลูกค้าธนาคารเพียงอย่างเดียว และเมื่อ ปี พ.ศ. 2536 ได้เปิดดำเนินการเป็นสาขาเองโดยมีผู้จัดการซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงและมีสำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นผู้ควบคุมดูแลอีกทีหนึ่ง โดยมีหน้าที่ หลัก 3 ด้าน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) 2552 : ออนไลน์) คือ

1. ด้านบัญชีและการเงิน ประกอบด้วย ฝากเงิน / ถอนเงิน / โอนเงิน / ชำระหนี้ ชำระค่าสาธารณูปโภค ธนาคารได้ให้บริการรับฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระหนี้ ชำระค่าสาธารณูปโภค ปฏิบัติหน้าที่และลักษณะงานที่ปฏิบัติดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 วางแผนและควบคุม กำกับ การปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีสาขา รวมทั้งการให้บริการแก่ลูกค้าและผู้มาติดต่อ

1.2 ให้คำแนะนำการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชี พิจารณากลั่นกรองงานตลอดจนพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชาให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ควบคุมดูแลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของธนาคาร

1.4 ตรวจเอกสารการจ่ายเงินกู้ การรับชำระหนี้ การบันทึกรายการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เอกสารการรับ – จ่ายเงินฝาก รวมทั้งทะเบียนธนาณัติ ทะเบียนเช็ค สลิป บัญชีแยก

ประเภท บัญชีคุมย่อย บัญชีการจ่ายเงินเดือน งบคำนวณดอกเบี้ยเงินกู้กระทบยอดเงินฝากธนาคาร รายงานประจำวัน ประจำสัปดาห์ ประจำเดือน ประจำไตรมาศ รายงานเกี่ยวกับการปิดบัญชีสิ้นปี ตลอดจนรายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.5 ตรวจสอบยันยอดสรุปการจ่ายเงินกู้และการรับชำระหนี้เมื่อสิ้นวันทำการ

1.6 ตรวจสอบยันยอดสรุปการรับ – ถอนเงินฝากทุกประเภทเมื่อสิ้นวันทำการ

1.7 จำทำและควบคุมงบประมาณประจำปีของสาขา

1.8 ควบคุมและติดตามการดำเนินการเรียกเก็บเงินตามตราสารทางการเงิน

1.9 ปฏิบัติงานเกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์ตามอำนาจหน้าที่ที่ธนาคารกำหนด

1.10 ดำเนินการประชาสัมพันธ์งานของธนาคารและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารอย่างต่อเนื่องแก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

2. ด้านสินเชื่อ ประกอบด้วย การขอสินเชื่อ การอนุมัติสินเชื่อ ปฏิบัติหน้าที่และลักษณะงานที่ปฏิบัติดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 จัดเอกสารการกู้เงินตลอดจนเอกสารประกอบทุกประเภทที่เกษตรกรลูกค้าขอกู้เงินจากธนาคาร

2.2 ดำเนินการตรวจสอบที่ดินลูกค้าขอจำนองเป็นประกันเงินกู้ ตลอดจนการควบคุมกำกับ แนะนำในการจำนองและการไถ่ถอนจำนองที่ดิน

2.3 ตรวจสอบการใช้เงินกู้ของเกษตรกรลูกค้าผู้กู้และสมาชิกสถาบันเกษตรกรให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

2.4 ร่วมตรวจสอบกิจการ ภาวะการเงิน และการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร ตลอดจนการปรับแผนการดำเนินงานและการแก้ไขระเบียบของสถาบันเกษตรกร

2.5 ดำเนินการจัดทำเอกสารสัญญารับใช้หนี้ต่าง ๆ กรณีลูกค้ามีเหตุผิดปกติ หรือหนี้ใกล้จะขาดอายุความ

2.6 ดำเนินการจัดทำเอกสารการขอผลัด-ผ่อนการชำระหนี้

2.7 ดำเนินการหาเงินฝากของสาขาให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด

2.8 จำหน่ายบัตรออมทรัพย์ให้แก่เกษตรกรลูกค้าและบุคคลทั่วไป

2.9 รายงานผลการดำเนินงานสินเชื่อของหน่วยอำเภอต่อผู้บังคับบัญชา

2.10 ติดต่อประสานงานและร่วมประชุมกับหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง

2.11 ดำเนินการพิจารณาให้เกษตรกรลูกค้าออกจากการเป็นลูกค้าของธนาคาร

3. ด้านธุรการ ประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ ความสะอาด ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ การจัดเก็บเอกสาร รวบรวมสถิติผู้มาใช้บริการและดูแลอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ปฏิบัติหน้าที่และลักษณะงานที่ปฏิบัติดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ควบคุมงานรับ – ส่งหนังสือ การลงทะเบียนการแยกประเภทหนังสือและเอกสารตลอดจนตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ

3.2 ควบคุมการปฏิบัติงานรับ – ส่งโทรเลข โทรสาร การใช้โทรศัพท์ การจัดทำทะเบียนการใช้โทรสารและโทรศัพท์ทางไกล

3.3 ควบคุมดูแลการจัดเก็บระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง คู่มือวิธีปฏิบัติงานของธนาคาร หนังสือเวียน หนังสือหมู่ จัดเปลี่ยนแผ่นเอกสารให้เป็นปัจจุบันตามวิธีปฏิบัติงานของธนาคาร

3.4 ควบคุมการปฏิบัติงานจัดเก็บเอกสาร การให้บริการค้นหา ยืมหรือคืนเอกสาร ตลอดจนการสำรวจเอกสารที่ครบกำหนดอายุเพื่อการทำลาย

3.5 ควบคุมการปฏิบัติงานการตรวจรับและจัดเก็บสัญญาจำนอง หรือเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์ในที่ดินของลูกค้า ให้บริการค้นหาเมื่อมีผู้ต้องการยืม ตลอดจนติดตามทวงถามเมื่อครบกำหนดคืน

3.6 ควบคุมและปฏิบัติงานพัสดุและทรัพย์สินของสาขา ได้แก่ การจัดหา ซื้อ จ้าง การตรวจรับพัสดุ และทรัพย์สิน การส่งมอบและการรับมอบทรัพย์สินสาขา การเบิกจ่ายพัสดุ การจัดเก็บพัสดุ การจัดทำรหัสทรัพย์สิน การจัดเก็บกุญแจสำรองห้องเก็บทรัพย์สิน

3.7 ตรวจสอบ ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมเอกสารหลักฐาน ระเบียบวิธีการปฏิบัติงานธุรการและงานบริการทั่วไป

5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา

5.1 ความหมายของการพัฒนา

การพัฒนามีความหมายเป็น 2 นัย คือ การเปลี่ยนแปลงไปสู่ภาพที่ดีขึ้น และกระบวนการหรือวิธีการที่นำไปสู่สภาพที่ดีขึ้น ในนัยแรกของความหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นนั้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน. 2542 : 779) ให้ความหมายครอบคลุมถึงความเจริญทางด้านวัตถุที่เกี่ยงข้องกับเศรษฐกิจ และความเจริญทางด้านร่างกายและจิตใจ คุณภาพชีวิตที่เป็นไปตามหลักของความถูกต้องทางศาสนาและสังคม

การพัฒนาตามนัยของการเปลี่ยนแปลงนั้น ติน ปรัชญพฤทธิ์ (2549 : 174) ได้อธิบายความหมาย โดยเพิ่มรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับความเป็นอิสระของระบบและปัจเจกบุคคลที่จะใช้ดุลพินิจในการเลือกทางเลือก (Alternatives) หลาย ๆ ทาง โดยไม่ต้องตกอยู่ภายใต้

อิทธิพลหรือผลกระทบของสภาพแวดล้อมแต่เพียงฝ่ายเดียวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการพัฒนา รวมถึงความสามารถของระบบ และปัจเจกบุคคลที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมให้เป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการ การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญของการพัฒนา นอกจากนั้น ดิน ปรัชญพฤทธิ์ (2549 : 174) ยังได้กล่าวถึงข้อคิดเห็นของ มหาตม คานธี เกี่ยวกับการพัฒนาว่า ความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตระหนักถึงศักยภาพของมนุษย์ (Realization of the human potential) นั่นก็คือ การเพิ่มความสามารถของคนที่จะเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของตนเอง

โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัชฎ์ (2542 : 12) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการพัฒนาโดยนัยของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประกอบด้วย

1. การพัฒนาหมายถึง ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ตลอดจนระบบและกลไกทางสังคมที่เอื้ออำนวยให้สามารถใช้เหตุผลเป็นหลักในการตัดสินใจ และลดความขัดแย้งโดยสันติวิธี

2. การพัฒนายังมีความหมายรวมถึง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคมที่สงบสุข สามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้

3. นอกจากคำว่าการพัฒนาจะหมายถึง ความเป็นธรรม ในการที่ประชาชนทุกคนที่เป็นสมาชิกของสังคมได้เข้ามีส่วนร่วม และได้รับผลตอบแทนจากการที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาตามควร

สำหรับการพัฒนาในนัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนั้น เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ และหลายมิติของโครงสร้างทางสังคม ทัศนคติของคนทั่วๆ ไป สถาบันแห่งชาติ และการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อขจัดความยากจนและลดความไม่เสมอภาคทางสังคมให้น้อยลง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือ การทำในลักษณะเดิมเปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่าลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า หรือสภาพเก่า กระบวนการที่ขั้นตอน และมีความต่อเนื่องในอันที่จะสนองตอบข้อเรียกร้องของปัจเจกบุคคล องค์การ ชาติ โดยต้องเกี่ยวข้องถึงการศึกษา เป้าหมาย และการรับรู้ของบุคคล และหน่วยงานการบริหารของชาติ (Polity) หรือชุมชน

สรุปได้ว่า การพัฒนาไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้เพียงชั่วข้ามคืน แต่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นและคลี่คลายมาเป็นลำดับในช่วงเวลาของประวัติศาสตร์ มาตรฐานที่เคยใช้เป็นเกณฑ์หรือดัชนีในการอธิบายหรือตัดสินการพัฒนาในอดีตที่ผ่านมา อาจนำมาใช้ไม่ได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน มาตรฐานการพัฒนาจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง และที่สำคัญการพัฒนาไม่ใช่สิ่งที่จะลอกเลียนหรือเป็นแบบอย่างสำเร็จรูปเสมอไป อีกนัยหนึ่งก็คือ ไม่มีแบบจำลองการพัฒนาแบบใดที่ถือเป็นสากล (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2545 : 9)

5.2 เป้าหมายของการพัฒนา

เป้าหมายที่สำคัญของการพัฒนา คือ การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ทุกคนบนโลก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2545 : 9-10) โดยการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันซึ่งอาจจำแนกได้ ดังนี้

1. มิสราและฮอนโจ กล่าวว่า ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ในแต่ละสังคมนั้นมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ประการ คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช. 2545 : 99)

2. การยอมรับนับถือตัวเอง และผู้อื่น (Respect for others and self-esteem)

3. การเป็นอิสระจากการกดขี่ในทุกรูปแบบ (Freedom from tyranny of any kind)

4. การมีชีวิตอยู่ร่วมในชุมชน โดยทุกคนมีความรู้สึกร่วมกันว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Community life which gives a sense of belonging) ซึ่งทั้งสี่องค์ประกอบนี้ต้องไปด้วยกัน จะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไปไม่ได้ มิฉะนั้นไม่อาจเรียกได้ว่าเป็นการพัฒนามุ่งไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์

โทเดโร (Todaro) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2545 : 145) ได้เสนอไว้ว่า เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาก็คือ การมีชีวิตที่ดีกว่า และไม่ว่าองค์ประกอบของการมีชีวิตที่ดีกว่าในแต่ละสังคมและวัฒนธรรมจะเป็นอย่างไร การพัฒนาในทุกสังคมล้วนแล้วแต่มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายปัจจัยอันเป็นพื้นฐานสำคัญของการยังชีพให้กับสมาชิกทุกคนของสังคม ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย การสาธารสุข และความมั่นคงปลอดภัย

2. เพื่อยกระดับการครองชีพโดยการเพิ่มรายได้ให้สูงสุด การสร้างงานเพิ่มขึ้น การกระจายโอกาสการศึกษา และการให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ทั้งนี้ไม่เพียงแต่เป็นการส่งเสริมการกินดีอยู่ดีของประชาชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมีความภาคภูมิใจในตัวเองและประเทศชาติ

3. เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลและประเทศชาติมีทางเลือกอย่างกว้างขวางในทางสังคมและเศรษฐกิจโดยการเป็นอิสระจากการครอบงำและการพึ่งพาบุคคลและประเทศอื่น รวมทั้งเป็นอิสระจากความโง่เขลาและความทุกข์ยากทั้งมวล

6. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์

เดวิด (David) (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. 2546 : 2) กล่าวว่า การวางแผนถือเป็นกระบวนการแรกในการบริหารที่มีความสำคัญต่อองค์กรอย่างมากเพราะการวางแผนบ่งบอกถึง

ทิศทางในอนาคตขององค์การและเป้าหมายที่องค์กรต้องการที่จะบรรลุตลอดจนวิธีการที่องค์กรเลือกใช้ให้บรรลุเป้าหมาย การวางแผนจึงเปรียบเสมือนแผนที่ในการเดินทางขององค์กร องค์กรที่มีแผนที่ดีย่อมจะมีทางเลือกและทางหนีทีไล่ในการเดินทางได้ดี การไม่มีแผนที่ในการเดินทางทำให้การเดินทางไร้ทิศทางที่แน่นอน ไม่รู้จุดหมายปลายทาง และยังเสียเวลาจากการเดินผิดทาง หลงทางหรืออ้อมมากเกินไปทำให้ไปถึงจุดหมายล่าช้ากว่าที่ควร การวางแผนองค์กรมีหลายประเภท แต่การวางแผนที่มีความครอบคลุมทุกๆส่วนขององค์กรมากที่สุดได้แก่การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning)

4.1 ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยหน่วยงานทางทหารนำมาใช้ในการวางแผนการรบ ตำรายุทธศาสตร์ที่กล่าวถึงกันมาก ได้แก่ตำราพิชัยสงคราม และมีการนำเอาศาสตร์ด้านนี้ไปใช้ในกิจการด้านอื่นๆ นอกเหนือจากการรบ เช่น ในการประกอบธุรกิจมีการนำกลยุทธ์มาใช้ในการบริหารกิจการ มีการวิเคราะห์องค์กรในรูปแบบของการวางแผนกลยุทธ์ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์มีนักวิชาการได้ให้ความหมายต่างๆ กัน ดังนี้

เดวิด (David) (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. 2546 : 4) ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ว่า เป็นกระบวนการนำศาสตร์และศิลป์มากำหนดแนวทางการตัดสินใจ เป้าหมายขององค์กร การนำแผนไปปฏิบัติ และการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

สุพานี สฤษดิ์วานิช (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2551 : 11-6) ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ว่า เป็นการวางแผนระยะยาวขององค์การ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ขององค์การโดยจะมีขั้นตอนหรือกระบวนการย่อยๆ อีก 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์หลักขององค์การ 2) ตรวจสอบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ และ3) การกำหนดกลยุทธ์หลักขององค์การ

อุทิศ ขาวเธียร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2551 : 11-6) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ว่าการวางแผนกลยุทธ์เป็นวิธีการสร้างเครื่องมือหรือแผนกลยุทธ์เพื่อช่วยชี้นำการบริหารขององค์การที่เกิดจากกระบวนการระดมสมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วม โดยยึดหลักการวิเคราะห์ให้ทราบสภาวะแวดล้อมให้ “รู้เขารู้เรา” เพื่อชี้แนะเป้าประสงค์ กลยุทธ์ กลวิธีทางการปฏิบัติที่สอดรับกับสภาวะแวดล้อมและมีการจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ กลวิธี เพื่อการจัดสรรทรัพยากรในการบริหารงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงาน ทั้งนี้แผนกลยุทธ์ยังสามารถชี้นำด้านการบริหารองค์การ กลไกการเร่งรัด ผลักดันกระบวนการพัฒนา ตลอดจนแนวทางกำกับ ติดตามประเมินผลความก้าวหน้าการดำเนินงานตามแผน ทำให้

องค์การสามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ หากองค์กรอยู่ในสภาวะที่ถดถอย กลยุทธ์ก็จะช่วยชี้นำทางออกอย่างเหมาะสม

สมพงษ์ จุ้ยโต และเชาว์ โรจนแสง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2551 : 11 - 9) อธิบายถึงองค์องค์ประกระกอบหลัก 4 ประการ ของการวางแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย พันธกิจหรือภารกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) กลยุทธ์ (Strategies) และแผนปฏิบัติการ (Operational plan)

สรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ เป็นกระบวนการค้นหาปัญหา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป้าหมายรวมขององค์กร และวิธีการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4.2 ลักษณะสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

4.2.1 มององค์กรในภาพรวม (Holistic) การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องมององค์กรในฐานะที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แผนกลยุทธ์จะเป็นแผนที่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร และมีระดับของแผนที่สอดคล้องกันตั้งแต่แผนระดับองค์กร แผนระดับหน่วยงานย่อยในองค์กร และแผนปฏิบัติการซึ่งจะประกอบไปด้วยรายละเอียดในการอดำเนินงานขององค์กรทั้งหมด

4.2.2 มุ่งเน้นอนาคต (Future oriented) การวางแผนกลยุทธ์จะให้ความสำคัญกับอนาคตขององค์กรเช่นเดียวกับการวางแผนประเภทอื่นๆ การวางแผนกลยุทธ์จะครอบคลุมทั้งแผนระยะสั้น ระยะปานกลาง ระยะยาวซึ่งแผนระยะต่างๆ จะมีความสอดคล้องกันจึงจะทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

4.2.3 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง (Change management) การวางแผนกลยุทธ์จะให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งในด้านของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์กร และการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การวางแผนกลยุทธ์จะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม (กระทรวงยุติธรรม. 2551: 5)

4.3 กระบวนการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

4.3.1 การกำหนดพันธกิจขององค์กร (Mission determination) เป็นการกำหนดว่าองค์กรจะมีภารกิจใด พันธกิจอาจเป็นข้อความสั้นๆ เพียงประโยคเดียว หรือเป็นข้อความที่แสดงรายละเอียดก็ได้ เพื่อที่จะบอกว่าองค์กรนั้นๆ จะดำเนินงานอะไร ดำเนินการอย่างไร และเนื้อหาของพันธกิจจะครอบคลุมขอบเขตของการดำเนินงาน เป้าหมายพื้นฐานและประโยชน์ต่างๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ขององค์กร

4.3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร จากลักษณะของการวางแผนกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และในด้านของการปรับตัวขององค์กร โดยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะต้องทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2 ส่วน คือสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

4.3.3 การกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร เป็นการกำหนดแผนจากการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ การวิเคราะห์ปัญหา โดยแผนกลยุทธ์จะประกอบไปด้วย 3 ระดับ กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรโดยรวมซึ่งเรียกว่า (Corporate level) กลยุทธ์ในระดับส่วนย่อยของหน่วยงาน หรือระดับหน่วยธุรกิจ โดยแผนกลยุทธ์แต่ละระดับจะต้องมีความสัมพันธ์สอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกันในลักษณะของความเชื่อมโยงของเป้าหมาย และวิธีการปฏิบัติ แผนดังกล่าวจะเป็นภาพรวมขององค์กรทั้งหมด ดังนั้นหากการกำหนดยุทธศาสตร์มีความชัดเจนและเชื่อมโยงกันดี ก็จะทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

4.3.4 การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กร จะต้องสอดคล้องกับภารกิจ และปัญหาขององค์กร วัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นจะต้องมีลักษณะสำคัญ คือ 1) มีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจน 2) สามารถวัดได้ 3) เป็นที่ยอมรับและเห็นพ้องต้องกันกับผู้ที่เกี่ยวข้อง 4) สามารถปฏิบัติได้จริง 5) มีระยะเวลาที่กำหนดไว้ 6) มีความท้าทายแต่สามารถบรรลุได้ไม่ยากและง่ายจนเกินไป 7) วัตถุประสงค์ควรมีการเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและให้ทุกคนในองค์กรทราบ

4.3.5 การแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ การแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างมาก เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับกระบวนการบริหารองค์กรในมิติต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2551 : 11-6)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการให้บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ผู้วิจัยได้พบว่าได้มีผู้สนใจทำการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวหลายท่านซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งนี้ได้ดังนี้

7.1 งานวิจัยในประเทศ

สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อเห็นว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือ

ของสถาบัน ด้านความสะดวกในการติดต่อและด้านการมีจริยธรรมของพนักงานและผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

สุจิดา เหมเวช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษา สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานครในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอยู่ 2 ระดับ คือระดับมากได้แก่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ และด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ และระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและด้านสถานที่ประกอบการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ แสดงให้เห็นว่า การให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบุญศิริ กรุงเทพมหานคร ไม่คำนึงถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทที่ใช้บริการของลูกค้า

สุกฤษณ์ ตั้งคงนุช (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางเขน พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลางผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ประเภทของการใช้บริการ และเหตุผลที่ใช้บริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ส่วนอาชีพและการใช้บริการของธนาคารอื่นมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร

วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)สาขาบางโพ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่มากเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกสบายด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการบริการ ตามลำดับ ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อ

เดือนมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไม่แตกต่างกัน

วัชรพงษ์ พีชขุนทด (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)สาขาด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ รองลงมาได้แก่ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านความคุ้มค่าของการบริการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าและประเภทที่ใช้บริการในภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

วาสนา รักเจียม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสะพานจอมเกล้า พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาสะพานจอมเกล้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน และความพึงพอใจมากอันดับที่ 2 ด้านการให้บริการของธนาคาร โดยเฉพาะพบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ พอใจจะใช้บริการของธนาคารต่อไปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

ศุภศิลป์ ไทยปรีชา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)สาขานครปฐม พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมมีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านพนักงานอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่และด้านบริการ เป็นอันดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและรายได้มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ อายุ และอาชีพ พบว่าไม่แตกต่างกัน

มาศวรรณ นาคสุวรรณ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร โดยภาพรวมของความพึงพอใจระดับมาก เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้านความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านพนักงาน รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบริการและด้านข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ ผลการทอดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน แต่สำหรับด้านระดับการศึกษาของผู้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านภาพพจน์ของสหกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านการดำเนินงาน ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ด้านกิจกรรมการเงิน และด้านข่าวสารของสหกรณ์ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสมาชิกและรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนสมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

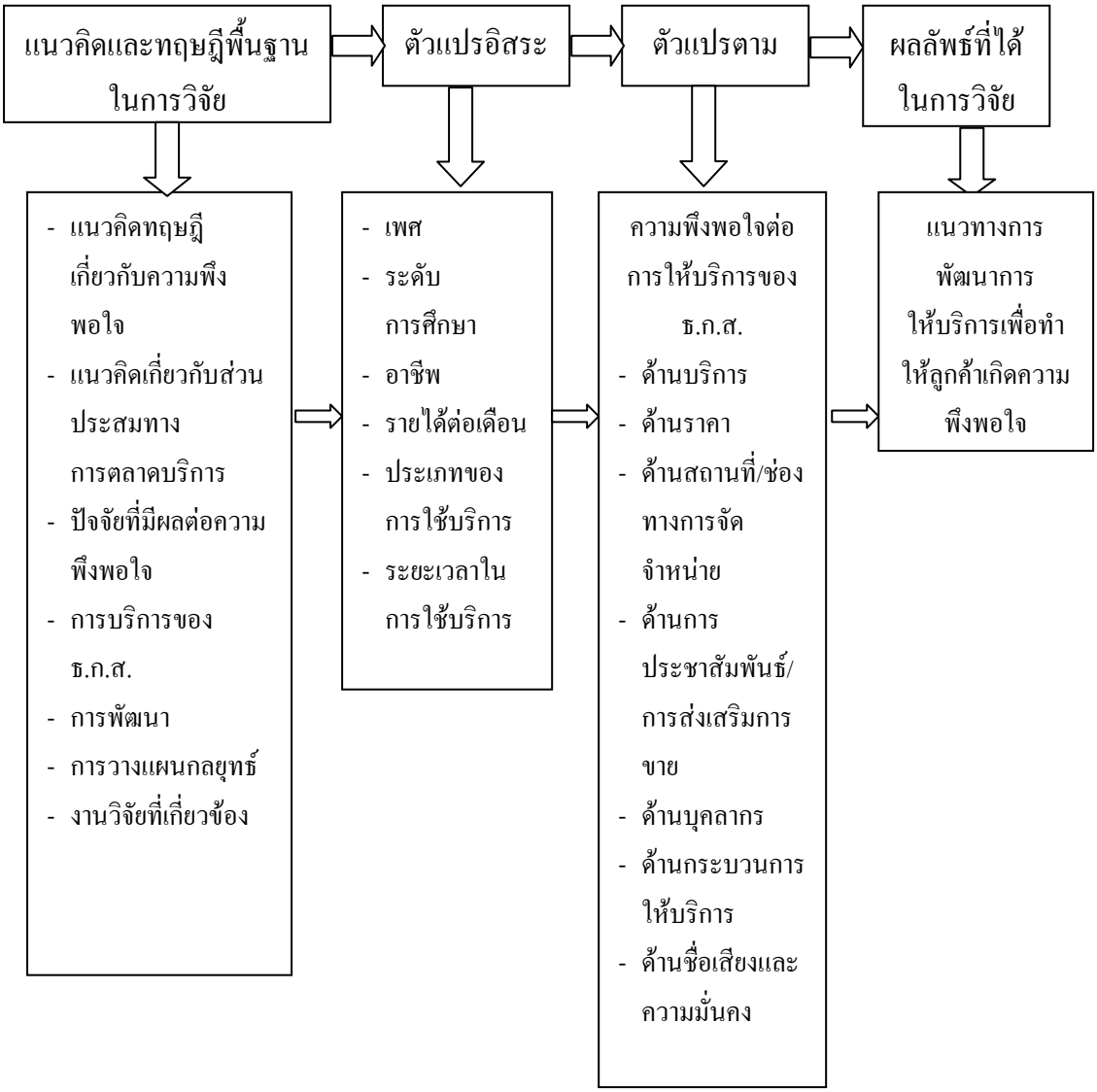
7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มิเชล และดูแรนต์ (Micheal and Durant. 1980 : 585 – 594) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการกับความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ มีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เชื้อชาติ รายได้ อายุ ขนาดของเมืองส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับและความต้องการของประชาชนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า คนผิวดำ คนยากจน และคนแก่มักถูกมองว่าตนถูกกีดกันในการได้รับบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคนผิวขาว คนมีเงิน และวัยรุ่นโดยปัจจัยด้านภูมิหลังของประชาชนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่กำหนดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับกับความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามีส่วนร่วมในการให้บริการ

8. สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงสรุปการให้บริการมีด้วยกันหลายรูปแบบ แต่การให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นธุรกิจการเงิน ประกอบด้วย 7 ด้านคือ 1) ด้านการบริการ 2) ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม / อัตราดอกเบี้ย) 3) ด้านสถานที่ / ช่องทางการจัดจำหน่าย 4)

ด้านการประชาสัมพันธ์ / การส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ 7) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ซึ่งการให้บริการในแต่ละด้านจะขึ้นอยู่กับนโยบายของธนาคารและหลักการเกี่ยวกับการให้บริการ ส่วนความพึงพอใจของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับนโยบายด้านคุณลักษณะของผู้ที่มาใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการและระยะเวลาในการใช้บริการ โดยจากที่กล่าวมานี้จึงนำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนของวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล
6. ขั้นตอนการดำเนินการสร้างแผนกลยุทธ์
7. การนำเสนอผลงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุตามความมุ่งหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การจัดเตรียมการวิจัย เป็นขั้นตอนศึกษาเอกสาร ตำรา ข้อมูล สถิติ สภาพความสำคัญของปัญหา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด เพื่อสร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอคำแนะนำและความเห็นชอบในการจัดทำเค้าโครงการค้นคว้าอิสระจากคณะกรรมการควบคุมและนำเสนอเค้าโครงการค้นคว้าอิสระเพื่อขอความเห็นชอบดำเนินการต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการวิจัย เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นจากขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือ ทดลองใช้เครื่องมือและนำเครื่องมือไปเก็บข้อมูลจากกลุ่ม

ตัวอย่างที่กำหนดไว้ พร้อมนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 3 รายงานผลการวิจัย เป็นขั้นตอนจัดทำร่างรายงานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้และนำเสนอคณะกรรมการควบคุมเพื่อตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามที่คณะกรรมการควบคุมแนะนำ และจัดพิมพ์พร้อมทั้งส่งรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1.1 ผู้บริหารสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2 ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

2.1 ผู้บริหารสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 5 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive random sampling) สัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 17-21 สิงหาคม พ.ศ. 2552

2.2 ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างวันที่ 17-21 สิงหาคม พ.ศ. 2552 จำนวน 100 คน ทำการสุ่มลูกค้าวันละ 20 ราย โดยแบ่งเป็นภาคเช้าระหว่างเวลา 8.30-11.00 น. จำนวน 10 ราย และภาคบ่ายระหว่างเวลา 13.00-15.30 น. จำนวน 10 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล

ในครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามรวม 2 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับผู้บริหารสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรการเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แบบสอบถามสำหรับลูกค้ามี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ(check-list) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 36 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

2. วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือครั้งนี้ มีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารต่างๆ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 นำข้อมูลและแนวคิดที่รวบรวมได้ มาสรุป เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาในการสร้างเครื่องมือ เพื่อให้สอดคล้องและครอบคลุมมากที่สุด

2.3 นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้มีความเที่ยงตรงตามโครงสร้างและเนื้อหามากที่สุด โดยพิจารณาว่าเครื่องมือนั้นสามารถวัดในสิ่งที่ต้องการได้จริง

3. การทดสอบเครื่องมือ

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของข้อคำถามแต่ละข้อตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้ ผลจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนนำไปคำนวณค่า IOC ตามสูตรดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2543 : 273)

$$\text{สูตร} \quad \frac{IOC}{N} = \sum R$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับเนื้อหา

R คือ คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เมื่อ R แทนคะแนนความคิดเห็นจึงมีค่า ดังนี้

เห็นด้วย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	+1.00
ไม่แน่ใจ	มีค่าคะแนนเท่ากับ	0
ไม่เห็นด้วย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	-1.00

ซึ่งจะได้ค่า IOC ของการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ระหว่าง 0.66 – 1.00 จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงได้

4. การหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่จะวิจัยทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ใช้บริการและพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หลังจากนั้นได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item analysis) โดยหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ ด้วยวิธีการของ ครอนบาค (Cronbach's alphacoefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นความพึงพอใจของลูกค้าทางด้านบริการ =.9188 ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม / อัตราดอกเบี้ย) = .8421 ด้านสถานที่ / ช่องทางการจัดจำหน่าย = .9716 ด้านการประชาสัมพันธ์ / การส่งเสริม = .9622 ด้านบุคลากร = .8125 ด้านกระบวนการให้บริการ=.8640 ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง = .9090

5. เกณฑ์การให้คะแนน

การวิเคราะห์ลำดับคะแนนและการแปลผล ผู้วิจัยพิจารณาตามเกณฑ์การแบ่งระดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบสอบถาม ใช้แบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยแบ่งเกณฑ์ให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก
3	คะแนน	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สาระ (Content analysis)

เกณฑ์การให้คะแนน การพิจารณาค่าใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ ในการแปลผลความหมายของคะแนนโดยการแจกแจงความถี่ แล้วนำไปหาค่าพิสัย หลังจากนั้นกำหนดชั้นเพื่อหาความกว้างของแต่ละชั้นหรืออันตรภาคชั้น (พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2543 : 292) ดังนี้

$$\text{ช่วงระหว่างชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

ตาราง 1 หลักเกณฑ์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
1.81 – 2.60	น้อย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	มาก
4.21 – 5.00	มากที่สุด

เกณฑ์การวิเคราะห์ผลของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การกระจายของข้อมูล
มากกว่า 1.00	มาก
0.00 – 1.00	น้อย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาถึงธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างพร้อมชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มประชากรเข้าใจและเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้วิจัย

3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 17 – 21 สิงหาคม พ.ศ. 2552

4. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง และนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาสรุปวิเคราะห์ ตามแนวทางที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้แล้วนำผลการเก็บรวบรวมมาตรวจสอบความสมบูรณ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้อธิบายระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาหาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การสร้างแผนกลยุทธ์

ในการสร้างแผนกลยุทธ์การพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยไม่ได้จัดทำ SWOT แต่ได้นำผลที่ได้จากการวิจัยมาสร้างแผนยุทธศาสตร์ ตามลำดับดังนี้

1. นำผลที่ได้จากการวิจัยมากำหนดแนวทางการพัฒนา
2. นำแนวทางการพัฒนามากำหนดประเด็นยุทธศาสตร์
3. จัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การนำเสนอผลงานวิจัย

เป็นกระบวนการในการนำผลการวิจัยที่ได้มากำหนดแนวทางการพัฒนาและเขียนรายงานการวิจัย

ผู้วิจัยนำแนวทางการพัฒนาที่ได้จากการวิจัยมาจัดทำแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และเสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารธนาคาร จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ และลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.)สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการกับธนาคาร และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาความพึงพอใจ ผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามคืนได้ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวม

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวม

ส่วนที่ 7 แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา การดำรงตำแหน่ง และรายได้

ตาราง 2 รายการ จำนวน ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รายการ	จำนวน
1. เพศ	
ชาย	3
หญิง	2
รวม	5
2. อายุ	
25 – 35 ปี	1
46 – 55 ปี	3
มากกว่า 55 ปี	1
รวม	5
3. ระดับการศึกษา	
อนุปริญญา / ปวส.	1
ปริญญาตรี	4
รวม	5

ตาราง 2 (ต่อ)

รายการ		จำนวน
4. ตำแหน่ง		
หัวหน้าการเงิน		1
หัวหน้าหน่วย		1
ผู้ช่วยผู้จัดการ		2
ผู้จัดการ		1
	รวม	5
5. รายได้ต่อเดือน		
20,001 – 30,000 บาท		1
30,001 – 50,000 บาท		1
มากกว่า 50,000 บาท		3
	รวม	5

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.)สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 5 คน เป็นเพศชาย 3 คน หญิง 2 คน อายุ 25-55 ปี จำนวน 1 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 3 คน อายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 1 คน ระดับการศึกษา อนุปริญาญา / ปวส. จำนวน 1 คน ปริญญาตรี จำนวน 4 คน ดำรงตำแหน่งหัวหน้าการเงิน จำนวน 1 คน หัวหน้าหน่วย จำนวน 1 คน ผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 2 คน ผู้จัดการจำนวน 1 คน มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 1 คน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 1 คน และมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 3 คน

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้บริหารคนที่ 1

ด้านบริการ

การให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เป็นไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค และครบทุกจุดให้บริการ

ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม และอัตราดอกเบี้ย)

การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นไปตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด และเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานให้บริการ สถานที่จอดรถ และที่นั่งรอรับบริการที่มีความเหมาะสม สถานที่มีความสะอาด และแสงสว่างเพียงพอ ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม

ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม

การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์มีความเหมาะสม แต่ควรประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ให้มากกว่าเดิม เพื่อให้ประชาชนมาใช้บริการเนื่องจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นธนาคารที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพของประชาชน

ด้านบุคลากร

พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ มีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ

การให้บริการมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน การให้บริการถูกต้อง ชัดเจน และให้บริการลูกค้าต่อเนื่องจนจบสิ้นกระบวนงาน

ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันปัจจุบันมีความมั่นคง ปลอดภัย มีความโปร่งใส เชื่อถือได้ และเป็นสถาบันการเงินที่มีระบบการจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ไม่มี

ผู้บริหารคนที่ 2

ด้านบริการ

การให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.)สาขาบางปะหันมีความสะดวก รวดเร็ว พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีการบริการอย่างเสมอภาค แต่จะต้องปรับปรุงด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม และอัตราดอกเบี้ย)

มีความเหมาะสมตามนโยบายของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานให้บริการ สถานที่จอดรถ ที่นั่งรอรับบริการ ความสะอาด แสงสว่าง และระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม

ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม

การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางมีความเหมาะสม

ด้านบุคลากร

พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น ยิ้มแย้มแจ่มใส และและพร้อมให้บริการลูกค้าตลอดเวลาการปฏิบัติหน้าที่

ด้านกระบวนการให้บริการ

การให้บริการมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน การให้บริการถูกต้อง และให้บริการลูกค้าจนเสร็จโดยไม่มีการหยุดพัก

ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

มีความมั่นคง ปลอดภัย มีความโปร่งใส เชื่อถือได้ และเป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการอย่างครบวงจร

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ควรปรับปรุงด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า

ผู้บริหารคนที่ 3

ด้านบริการ

การให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันเป็นไปอย่างรวดเร็ว ให้บริการอย่างเสมอภาค และเป็นธรรม

ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม และอัตราดอกเบี้ย)

การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ มีความเหมาะสม และต่ำกว่าธนาคารพานิช

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานให้บริการ สถานที่จอดรถ และที่นั่งรอรับบริการมีความเพียงพอและเหมาะสม

ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม

การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ ทางวิทยุและสิ่งพิมพ์มีความเหมาะสม

ด้านบุคลากร

พนักงานให้บริการด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ มีความกระตือรือร้นยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้าทุกประเภท

ด้านกระบวนการให้บริการ

การให้บริการถูกต้อง ชัดเจนในทุกกระบวนงาน ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม

ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เป็นหน่วยงานที่ได้รับรางวัล 3 ปีติดต่อกัน จึงทำให้มีความมั่นคง ปลอดภัย ให้บริการด้วยความโปร่งใส และเชื่อถือได้

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ไม่มี

ผู้บริหารคนที่ 4

ด้านบริการ

การให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน เป็นไปอย่างรวดเร็ว พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค และครบทุกจุดให้บริการ แต่จะต้องปรับปรุงด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย

ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม และอัตราดอกเบี้ย)

การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นไปตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด และเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานให้บริการ สถานที่จอดรถ และที่นั่งรอรับบริการที่มีความเหมาะสม สถานที่มีความสะอาด และแสงสว่างเพียงพอ ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม

ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม

การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์มีความเหมาะสม แต่ควรประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ให้มากกว่าเดิม เพื่อให้ประชาชนมาใช้บริการเนื่องจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นธนาคารที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพของประชาชน

ด้านบุคลากร

พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ มีความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ

การให้บริการมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน การให้บริการถูกต้อง ชัดเจน และให้บริการลูกค้าต่อเนื่องจนจบสิ้นกระบวนการ

ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันมีความมั่นคง ปลอดภัย มีความโปร่งใส เชื่อถือได้ และเป็นสถาบันการเงินที่มีระบบการจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ควรปรับปรุง วัสดุ อุปกรณ์ ให้ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ผู้บริหารคนที่ 5

ด้านบริการ

การให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.)สาขาบางปะหัน ควรปรับปรุงการให้บริการให้รวดเร็วกว่าเดิม และเพิ่มวัสดุอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ให้มากกว่าเดิม ให้เพียงพอกับพนักงาน และงานในหน้าที่

ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม และอัตราดอกเบี้ย)

มีความเหมาะสม

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

ที่ตั้งของธนาคารฯ อยู่ห่างไกลจากชุมชนทำให้ประชาชนมีความลำบากในการเดินทางมาใช้บริการ ควรจัดเก้าอี้ตามช่องบริการที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ในส่วนของระเบียบ ป้ายบอกขั้นตอน และระยะเวลามีความเหมาะสม

ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม

การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุมีความเหมาะสม แต่ควรประชาสัมพันธ์โครงการเร่งด่วนให้มากกว่าเดิมเพื่อประโยชน์ของประชาชน เช่น โครงการรับจำนำข้าวตามนโยบายรัฐบาล

ด้านบุคลากร

มีความเหมาะสม

ด้านกระบวนการให้บริการ

การให้บริการมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ถูกต้อง ชัดเจน พนักงานให้บริการอย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดพัก

ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหันปัจจุบันมีความมั่นคง ปลอดภัย มีความโปร่งใส เชื่อถือได้และให้บริการครบวงจร

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ควรจัดเก้าอี้เพิ่มเติมในช่องที่มีลูกค้ารับบริการจำนวนมาก
2. ควรจัดหา วัสดุ อุปกรณ์ เพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะสมกับปริมาณงาน และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

ตาราง 3 รายการความคิดเห็นของผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 5 คน ในภาพรวม

รายการ	ความคิดเห็นต่อการให้บริการ
1. ด้านการบริการ	มีความเหมาะสม การให้บริการรวดเร็ว เสมอภาค พนักงานพร้อมให้บริการในทุกจุดให้บริการ

ตาราง 3 (ต่อ)

รายการ	ความคิดเห็นต่อการให้บริการ
2. ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม และอัตราดอกเบี้ย)	มีความเหมาะสม และเป็นไปในแนวทางเดียวกับระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย
3. ด้านสถานที่	มีความเหมาะสมเพียงพอในการรองรับการให้บริการ แต่ควรเสริมก้าวอี้ช่องให้บริการที่มีผู้มาใช้บริการที่มีจำนวนมาก
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	ควรประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ให้มากกว่าเดิม เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการใหม่ๆ ของธนาคาร
5. ด้านบุคลากร	มีความเหมาะสม
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน ประชาชนมารับบริการได้ตามความต้องการ ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม
7. ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	มีความมั่นคง และเชื่อถือได้ เนื่องจากเป็นธนาคารของรัฐ และมุ่งเน้นการให้บริการแก่เกษตรกรเป็นสำคัญ
ข้อเสนอแนะอื่นๆ	ควรมีการพัฒนา และปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัย และติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมกับพนักงาน ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้า และเพื่อบรรลุเป้าหมายของธนาคาร

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้บริการเกี่ยวกับ ระยะเวลาที่รับบริการ ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 4 ความถี่ ร้อยละข้อมูลทั่วไปของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

n = 100

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	จำนวนของผู้ตอบ	
	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	78	78.00
หญิง	22	22.00
รวม	100	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	0	00.00
25 – 35 ปี	35	35.00
36 – 45 ปี	12	12.00
46 – 55 ปี	28	28.00
56 – 65 ปี	25	25.00
มากกว่า 65 ปี	0	00.00
รวม	100	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา / มัธยมศึกษาตอนต้น	20	20.00

ตาราง 4 (ต่อ)

n = 100

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	จำนวนของผู้ตอบ	
	ความถี่	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	33	33.00
อนุปริญญา / ปวส.	21	21.00
ปริญญาตรี	20	20.00
สูงกว่าปริญญาตรี	6	6.00
รวม	100	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน /นักศึกษา	0	0.00
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	26	26.00
ธุรกิจ/ค้าขาย	15	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	21	21.00
เกษตร/รับจ้างทั่วไป	34	34.00
อาชีพอื่นๆ	4	4.00
รวม	100	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 5,000 บาท	4	4.00
5,001 -10,000 บาท	9	9.00
10,001 -15,000 บาท	26	26.00
15,001 -20,000 บาท	43	43.00
มากว่า 20,000 บาท	18	18.00
รวม	100	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

n = 100

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	จำนวนของผู้ตอบ	
	ความถี่	ร้อยละ
6. ท่านใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)ในเรื่องใด		
ฝากเงิน/ถอน/โอนเงิน/ชำระหนี้/ชำระค่าสาธารณูปโภค ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ประกันชีวิต ค่าสมาคมฌาปนกิจ	24	24.00
ค่าสินเชื่อเงินกู้	31	31.00
อื่นๆ	45	45.00
รวม	0	0.00
7. ระยะเวลาที่มาใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)	100	100.00
ไม่เกิน 3 ปี	13	13.0
ไม่เกิน 4-7 ปี	48	48.0
ไม่เกิน 8-11 ปี	20	20.0
มากกว่า 12 ปี		19
รวม	100	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อขอรับบริการจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 78 และเพศหญิงร้อยละ 22 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25 – 35 ปี ร้อยละ 35 รองลงมาอายุระหว่าง 46 – 55 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 33 รองลงมาจบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ร้อยละ 21 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรหรือรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 34 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26 รายได้ส่วนใหญ่เดือนละ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 43 รองลงมาเดือนละ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 26 ส่วนใหญ่มารับบริการในการขอสินเชื่อ ร้อยละ 45 รองลงมารับบริการในเรื่องการจ่ายค่าสาธารณูปโภค ได้แก่ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ ประกันชีวิต และค่าฌาปนกิจ ร้อยละ31 ระยะเวลาที่มารับบริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4-7 ปี ร้อยละ 48 รองลงมาระยะเวลาอยู่ระหว่าง 8-11 ปี ร้อยละ 20

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบไปด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา(ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย) ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริม ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ดังแสดงในตาราง 4

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการบริการ			
1. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการกับลูกค้า	2.82	1.01	ปานกลาง
2. จำนวนพนักงานที่ให้บริการประจำจุดบริการต่างๆ มีความเหมาะสม	2.72	0.94	ปานกลาง
3. ความทันสมัยในการให้บริการด้านเทคโนโลยี	2.72	0.94	ปานกลาง
4. ความเสมอภาคในด้านการให้บริการแก่ลูกค้าทุกๆคน	2.79	0.99	ปานกลาง
รวม	2.75	0.97	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 จัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย)

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย)			
1. ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	2.81	0.91	ปานกลาง
2. ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	2.81	0.91	ปานกลาง
3. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมต่างๆ ของธนาคารที่เรียกเก็บจากผู้ใช้บริการ	3.26	0.44	ปานกลาง
รวม	2.96	0.75	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 จัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. ความเหมาะสม ความสะดวกในการติดต่อของทำเลที่ตั้งธนาคาร	2.82	0.91	ปานกลาง
2. ภายในอาคาร มีความกว้างขวางและมีแสงสว่างพอเพียง	3.60	0.72	มาก
3. ธนาคารได้จัดที่นั่งสำหรับผู้มารอรับบริการอย่างพอเพียง	2.82	0.91	ปานกลาง
4. ความเป็นระเบียบ สะอาดและสวยงามของบริเวณภายในอาคาร	2.74	0.93	ปานกลาง
5. ความเพียงพอและความสะดวกของพื้นที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการ	2.71	0.91	ปานกลาง
6. มีการจัดป้ายบอกขั้นตอนและหลักฐานในการมาขอรับบริการ	2.50	0.90	น้อย
7. ความเหมาะสมของระยะเวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการตั้งแต่ 08.30-15.30 น.	3.90	0.61	มาก
รวม	3.01	0.84	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 จัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีเพียงสองข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ข้อที่ 2 ภายในอาคาร มีความกว้างขวางและมีแสงสว่างเพียงพอ และข้อที่ 7 ความเหมาะสมของระยะเวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการตั้งแต่ 08.30-15.30 น.

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริม

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริม			
1. การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์	2.27	0.58	น้อย
2. การประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ	2.21	0.55	น้อย
3. การมีป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าได้รับรู้	2.24	0.57	น้อย
4. การมีแจกแผ่นพับ	2.24	0.57	น้อย
5. การมีของสมนาคุณแจกให้กับลูกค้า	2.15	0.67	น้อย
รวม	2.22	0.58	น้อย

จากตาราง 8 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22 จัดอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับน้อย

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับสภาพการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านบุคลากร			
1. พนักงานให้บริการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.17	0.37	มาก
2. พนักงานให้บริการด้วยความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ตลอดเวลาที่ให้บริการ	4.14	0.34	มาก
3. พนักงานให้คำแนะนำ ปรึกษาและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	3.99	0.54	มาก
4. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.02	0.56	มาก
5. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยนเสมอ	3.72	0.74	มาก
6. พนักงานแสดงความเป็นกันเอง	4.14	0.34	มาก
7. พนักงานให้บริการอย่างตรงไปตรงมาไม่มีการเรียกร้องผลประโยชน์จากผู้รับบริการ	4.14	0.34	มาก
รวม	3.80	0.46	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 จัดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการ

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับสภาพการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกระบวนการให้บริการ			
1. ขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้า	2.60	1.07	น้อย
2. ระยะเวลาในการรับบริการ	2.71	0.91	ปานกลาง
3. การให้บริการที่ถูกต้อง ไม่ผิดพลาด	3.83	0.53	มาก
4. การให้บริการเป็นไปอย่างต่อเนื่องจนแล้วเสร็จโดยไม่มีการพัก	2.61	0.72	ปานกลาง
5. การจัดบัตรคิวเพื่อการรอรับบริการ	3.93	0.64	มาก
รวม	3.13	0.77	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 จัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีเพียงสองข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ข้อที่ 3 การให้บริการที่ถูกต้อง ไม่ผิดพลาด และข้อที่ 5 การจัดบัตรคิวเพื่อการรอรับบริการ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

n = 100

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับสภาพการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง			
1. ความน่าเชื่อถือของธนาคารที่เป็นธนาคารของเกษตรกร	4.76	0.42	มากที่สุด
2. ความเป็นสถาบันการเงินที่มีความโปร่งใส	4.76	0.42	มากที่สุด
3. ความเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ความเป็นสถาบันการเงินที่มีระบบการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	4.91	0.28	มากที่สุด
5. ความเป็นธนาคารที่ให้บริการครบวงจร	4.49	0.65	มากที่สุด
รวม	4.78	0.34	มากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 จัดอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวม

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวมประกอบด้วยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ การประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านชื่อเสียงและความมั่นคง

n = 100

ด้านที่	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1.	ด้านการบริการ	2.75	0.97	ปานกลาง
2.	ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย)	2.96	0.75	ปานกลาง
3.	ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.01	0.84	ปานกลาง
4.	ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริม	2.22	0.58	น้อย
5.	ด้านบุคลากร	3.80	0.46	มาก
6.	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.13	0.77	ปานกลาง
7.	ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	4.78	0.34	มากที่สุด
	รวม	3.24	0.67	ปานกลาง

จากตาราง 12 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านชื่อเสียงและความมั่นคงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 จัดอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 จัดอยู่ในระดับมาก รองถัดมาด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ จัดอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22 จัดอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 7 แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏว่าด้านที่จะต้องดำเนินการวางแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการบริการ
2. ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย)
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม
5. ด้านกระบวนการให้บริการ

ดังแสดงในตารางใน 13

ตาราง 13 แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ผลการวิจัย	แนวทางการพัฒนา
ด้านการบริการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ 1. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการกับลูกค้า 2. จำนวนพนักงานที่ให้บริการประจำจุดบริการต่างๆ มีความเหมาะสม 3. ความทันสมัยในการให้บริการด้านเทคโนโลยี 4. ความเสมอภาคในด้านการให้บริการแก่ลูกค้าทุกๆ คน	1. สร้างจิตสำนึกของพนักงานในการให้บริการอย่าง รวดเร็ว เสมอภาค และเป็นธรรม

ตาราง 13 (ต่อ)

ผลการวิจัย	แนวทางการพัฒนา
ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย) ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ 1. ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก 2. ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 3. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมต่างๆ ของธนาคารที่เรียกเก็บจากผู้ใช้บริการ	2. ชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึง ที่มาของการเก็บค่าธรรม ตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการจัดเก็บค่าธรรมเนียมเปรียบเทียบกับธนาคารอื่นๆ
ด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 1. ความเหมาะสม ความสะดวกในการติดต่อของทำเลที่ตั้งธนาคาร 2. ธนาคารได้จัดที่นั่งสำหรับผู้มารอรับบริการอย่างพอเพียง 3. ความเป็นระเบียบ สะอาดและสวยงามของบริเวณภายในอาคาร 4. ความเพียงพอและความสะดวกของพื้นที่จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการ 5. มีการจัดป้ายบอกขั้นตอนและหลักฐานในการมาขอรับบริการ	3. ปรับปรุงป้ายบอกขั้นตอนการปฏิบัติงานให้อ่านง่าย ชัดเจน

ตาราง 13 (ต่อ)

ผลการวิจัย	แนวทางการพัฒนา
ด้านการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยทุกข้อได้แก่ 1. การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ 2. การประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ 3. การมีป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าได้รับรู้ 4. การมีแจกแผ่นพับ 5. การมีของสมนาคุณแจกให้กับลูกค้า	4. เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายกว่าเดิม เช่น การลงพื้นที่ร่วมกับ อำเภอ จังหวัด และการใช้สื่อต่างๆ
ด้านกระบวนการให้บริการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยทุกข้อได้แก่ 1. การให้บริการเป็นไปอย่างต่อเนื่องจนแล้วเสร็จโดยไม่มีการพัก 2. ระยะเวลาในการรับบริการ 3. ขั้นตอนการให้บริการ	5. ปรับลดขั้นตอนการให้บริการให้เอื้อต่อผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

จากตาราง 3 และ13 ผู้วิจัยนำแนวทางการพัฒนามากำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ได้ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป้าประสงค์ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร

กลยุทธ์ 1. เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

2. ปรับลดขั้นตอนการให้บริการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป้าประสงค์ มีการปฏิบัติงานที่รวดเร็ว เสมอภาค วัสดุ อุปกรณ์ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ 1. พัฒนา ปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ

2. นำนวัตกรรมใหม่มาใช้กับระบบการให้บริการ

ตาราง 14 แผนกลยุทธ์ การพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม
1. พัฒนาระบบการให้บริการ	ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ	เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ	มีการนำระบบการดำเนินงานมาใช้กับงานบริการอย่างน้อย 2 ระบบ	2 ระบบ	1. โครงการสร้างวัฒนธรรมการบริการ 2. โครงการสร้างจิตสำนึกในการบริการ 3. โครงการสวัสดี—ขอบคุณ
		ปรับลดขั้นตอนการให้บริการ	ร้อยละของกระบวนงานที่สามารถปรับลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ร้อยละ 50	1. ปรับลดระยะเวลาการให้บริการ

ตาราง 14 (ต่อ)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม
2. พัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพงาน	มีการปฏิบัติที่รวดเร็ว เสมอภาค วัสดุ อุปกรณ์ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ	พัฒนาและปรับปรุงเครื่องมือและอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ	ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการบริการ	ร้อยละ 80	1. โครงการ จัดซื้อจัดจ้างเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยมาใช้กับงานบริการ 2. โครงการเชื่อมโยงเครือข่ายกับธนาคารอื่นๆ 3. โครงการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
		นำนวัตกรรมใหม่มาใช้กับระบบการให้บริการ	มีการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในงานบริการอย่างน้อย 2 นวัตกรรม	2 นวัตกรรม	1. โครงการติดตั้งตู้เอทีเอ็ม 2. โครงการติดตั้งเครื่องรับบัตรคิวระบบอัตโนมัติ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยนำเสนอในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธนาคาร จำนวน 5 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความพึงพอใจการของลูกค้าที่มารับบริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

1.1 ผู้บริหารธนาคาร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 46-55 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท

1.2 ลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อขอรับบริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 25– 35 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ประกอบอาชีพ

เกษตรกรรมหรือรับจ้างทั่วไป มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มารับบริการเกี่ยวกับการขอสินเชื่อ ระยะเวลาที่มาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4-7 ปี

2. ความพึงพอใจของลูกค้า

2.1 ด้านการบริการ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีเพียงสองข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในอาคารมีความกว้างขวางและมีแสงสว่างพอเพียง และความเหมาะสมของระยะเวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการตั้งแต่ 08.30-15.30 น.

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับน้อย

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงสองข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ข้อที่ 3 การให้บริการที่ถูกต้อง ไม่ผิดพลาด และข้อที่ 5 การจัดบัตรคิวเพื่อการรอรับบริการ

2.7 ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจัดอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบไปด้วย 1) ด้านการบริการ 2) ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ย) 3) ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริม 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ7) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุกฤษณ์ ตั้งคงนุช (2547 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด

(มหาชน) สาขาบางเขน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขากาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้ลูกค้ามาใช้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของธนาคารที่เป็นธนาคารของรัฐในการให้ประโยชน์แก่ประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิรัช สุขีลักษณ์ (2547 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านเจ้าพนักงานในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วริสรา ปลื้มฤดี (2550 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก

อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับกับผลการวิจัยของ มาศวรรณ นาคสุวรรณ (2548 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำกัด ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ควรนำผลของการวิจัยที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเพื่อนำความรู้มาให้พนักงานได้ทราบถึงปัจจัยในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านชื่อเสียงและความมั่นคงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในการให้บริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์งานของธนาคารทางสื่อหลาย ๆ ประเภท เช่น วิทยุ แผ่นพับ เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลข่าวสารของธนาคารอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ทางธนาคารควรมีการให้ของสมนาคุณกับลูกค้า เพื่อการประชาสัมพันธ์และจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ ส่วนด้านความสะดวกในการจอดรถ

ธนาคารควรที่จะเพิ่มและปรับปรุงลานจอดรถให้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพราะปัจจุบันสถานที่จอดรถของธนาคารไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ และบางครั้งผู้มาใช้บริการจะเสียเวลาในเรื่องหาสถานที่จอดรถ

3. พนักงานผู้ให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ควรนำข้อมูลจากงานวิจัยฉบับนี้ไปปรับใช้ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ตลอดจนจัดประชุมชี้แจงให้กับผู้ใช้บริการได้รับทราบถึงระเบียบและวิธีปฏิบัติของธนาคารต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจที่เกษตรกรมาใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

2. ควรศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางปะหัน ระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ