

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) โดยมุ่งศึกษาระดับคุณภาพการบริการในภาพรวมด้านต่าง ๆ ของ ธ.ก.ส. ตามการรับรู้ของลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดอุดรธานี และเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดอุดรธานี ตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานีที่มาใช้บริการต่าง ๆ ที่ ธ.ก.ส. ทั้ง 13 สาขา รวมข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ เดือนตุลาคม 2548 จำนวน 124,921 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ (systematic sampling) โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการของ Taro Yamane จากประชากร 124,921 ราย โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้เท่ากับร้อยละ 5 หรือเท่ากับ .05 เพื่อเกิดความเชื่อมั่นระดับ 95% กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 398 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการของธนาคาร ได้แก่ ปัจจัยกำหนดคุณภาพของ Parasuraman et al. (1985) โดยวัดจากมาตราประเมินค่าซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ของปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ ส่วนเกณฑ์ในการแปลความหมายของปัจจัยกำหนดคุณภาพตามการรับรู้ของผู้บริโภคหรือลูกค้าธนาคาร ได้กำหนดเป็น 4 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่ผู้รวบรวมไว้ ได้แก่ เอกสาร ข้อมูลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร วารสารต่าง ๆ หนังสือทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สองแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้า ธ.ก.ส. ที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาได้ทำการตรวจสอบแนะนำ และแก้ไขแบบสอบถาม หลังจากที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (reliability) และได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) = 0.9297 หลังจากนั้นจัดทำหนังสือแสดงความประสงค์และขอความอนุเคราะห์ไปยังสาขาต่าง ๆ ในจังหวัดอุดรธานีที่ใช้เป็นพื้นที่ศึกษา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคาร โดยให้พนักงานการเงินที่อยู่เคาน์เตอร์เป็นผู้แจกแบบสอบถามและอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจด้วยวิธีสำรวจแบบเผชิญหน้าตัวต่อตัว (face-to-face interview) ทำการตรวจสอบ ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ เพื่อวิเคราะห์ทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติแบบพรรณนา ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของ ธ.ก.ส. นำมาแจกแจงในรูปค่าความถี่และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ศึกษาระดับการรับรู้ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านต่าง ๆ ของ ธ.ก.ส. ทั้ง 13 สาขาในจังหวัดอุดรธานี ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการตามเพศ โดยใช้ค่า t-test ส่วน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้การหาค่า Anova หรือ F-test

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าธนาคาร จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ สรุปได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี รองลงมาคือ 40 – 49 ปี มีการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา รองลงมาคือระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 – 10,000 บาท รองลงมาคือรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการของธนาคาร จากการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการของ ธ.ก.ส. ตามการรับรู้ของลูกค้าธนาคารทั้ง 10 ปัจจัย สามารถจัดอันดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากถึงมากที่สุด ดังนี้ ลูกค้าธนาคารให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านความปลอดภัยในระดับสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก ส่วนความน่าเชื่อถือให้ความสำคัญมากที่สุดในลำดับรองลงมา และให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากต่อยปัจจัยด้าน

ความคงเส้นคงวา ความสุภาพ ความเข้าใจลูกค้า ความสามารถ การติดต่อสื่อสาร ลักษณะภายนอก การตอบสนองอย่างรวดเร็วและความสะดวก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐานการวิจัย สมมติฐาน ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามเพศ โดยรวมพบว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. อายุ กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามอายุ โดยรวมพบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมพบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามอาชีพ โดยรวมพบว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. รายได้ กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามรายได้ โดยรวมพบว่าลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการวิจัยการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.41 - 3.36 ตามลำดับ และเมื่อแปรผลค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการตามแนวคิดของพาราสุราแมนแสดงได้ว่าลูกค้าประทับใจในคุณภาพการบริการของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดอุดรธานี ทั้งนี้เนื่องจากงานให้บริการของ

ธนาคารในด้านการฝาก-ถอน การบริการสินเชื่อ การบริการชำระค่าสาธารณูปโภค และบริการอื่น ๆ เป็นที่สนใจของประชาชนในชนบทซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและผู้มีรายได้น้อย ซึ่งทำให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนอื่นได้ยากจึงมาใช้บริการของ ธ.ก.ส. เป็นส่วนใหญ่

ธ.ก.ส. ให้บริการกับเกษตรกรในลักษณะแบบเป็นกันเองและทราบถึงความต้องการของเกษตรกรเป็นอย่างมาก เนื่องจากการทำงานของพนักงาน ธ.ก.ส. ได้เข้าถึงครัวเรือนอย่างสม่ำเสมอทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ ดังเหตุผลที่พาราสุราแมนและคณะ (1988) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคคือการประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการ โดยภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจันจิรา รังรองรัตน์ (2542) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังเข้ารับบริการ : ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์บริการรถยนต์เชิงพาณิชย์ พบว่าโดยภาพรวมลูกค้าแสดงการรับรู้คุณภาพบริการและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังการเข้ารับบริการอยู่ในระดับสูงรวมทั้งสอดคล้องกับทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2545) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ขององค์การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโดยภาพรวมภาพลักษณ์ขององค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการของธนาคารตามการรับรู้ของลูกค้าในทุกปัจจัย โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของปิยะ ศิริมาตย์ (2538) ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ประกอบธุรกิจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ประกอบธุรกิจมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมากต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของคณิน ปาจุวง (2537) ได้ศึกษาถึงการเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝาก พบว่าผู้ใช้บริการเงินฝากที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์เลือกความสะดวกรวดเร็วและพนักงานมีความเป็นกันและความสุภาพน่าเชื่อถือ

2. การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดอุดรธานีมีการจัดระดับความสำคัญ โดยในภาพรวมพบว่าลูกค้าธนาคารให้ความสำคัญต่อปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการของ ธ.ก.ส. (ทั้ง 10 ปัจจัย) อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยลูกค้าธนาคารได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการของธนาคารเกี่ยวกับความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรก (\bar{X} - 3.29) อันดับรองลงมาคือความน่าเชื่อถือและความคงเส้นคงวา (\bar{X} - 3.23, 3.20) ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

2.1 ความปลอดภัย ลูกค้าธนาคารให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยโดยเฉพาะในประเด็นที่ว่าธนาคารมีหลักฐานการให้บริการที่ชัดเจนแก่ลูกค้า (เช่น สำเนาใบฝาก-ถอน ใบเสร็จรับเงิน) (\bar{X} - 3.36) สูงกว่าทุกปัจจัยแสดงว่าลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการว่าธนาคารมี

หลักฐานการให้บริการที่ชัดเจนแก่ลูกค้า เช่น สำเนาใบฝาก-ถอน ใบเสร็จรับเงิน ซึ่งลูกค้าสามารถนำกลับไปเก็บไว้เป็นหลักฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับการแสดงแหล่งที่มาและที่ไปของเงิน อันแสดงถึงความเชื่อมั่นและเชื่อถือได้ของธนาคารว่าถ้าลูกค้ามีปัญหาใด ๆ ธนาคารพร้อมจะรับผิดชอบทุกประการ ทั้งนี้เพราะในช่วงที่ผ่านมา นั้น ธ.ก.ส. ได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะเป็นธนาคารเพื่อการพัฒนาชนบทชั้นนำในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนควบคู่กับการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสนองความต้องการของประชาชนในชนบท ธ.ก.ส. จึงได้จัดทำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 การให้บริการด้านการเงินการธนาคาร ทั้งนี้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับยุคที่ตลาดการเงินมีการแข่งขันกันสูงและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์รูปแบบด้านบริการใหม่ ๆ ออกมาสู่ท้องตลาด โดยเฉพาะการเน้นด้านคุณภาพการบริการ จึงได้เปิดตัวโครงการต่าง ๆ รวมถึงการเน้นการให้บริการทางการเงินการธนาคาร ได้แก่ การรับฝากเงิน ทั้งเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ เงินฝากประจำ เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค สลากออมทรัพย์ทวีสิน การโอนเงิน การออกเช็คธนาคาร และการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ตลอดจนเงินฝากประเภทโครงการต่าง ๆ

2.2 ความน่าเชื่อถือและความคงเส้นคงวา ลูกค้าธนาคารให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่าพนักงานให้คำแนะนำอย่างมีหลักการและตรงประเด็นและพนักงานมีความซื่อสัตย์ให้บริการด้วยความรับผิดชอบสูงกว่าทุกปัจจัยแสดงว่าลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการว่าธนาคารมีการฝึกอบรมพนักงานเป็นอย่างดีเกี่ยวกับการบริการแต่ละประเภทของธนาคารเพื่อไว้คอยบริการลูกค้าแต่ละประเภทโดยเสมอภาคกัน ทั้งนี้รวมถึงความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสูงเพราะว่าพนักงานแต่ละคนส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่จึงทำให้เข้าใจลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรว่าต้องการอะไร ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่มีสาขาอยู่ไม่มากโดยปกติจะอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ดังนั้นจึงทำให้พนักงานต้องมีความรับผิดชอบต่อสูงมากกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป

สำหรับปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 10 ปัจจัย ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านความสะดวก การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ ความคงเส้นคงวา การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความปลอดภัย ลักษณะภายนอกและความเข้าใจลูกค้า ส่วนเป็นปัจจัยที่อยู่ในความคิดคำนึงของลูกค้าธุรกิจบริการทุกประเภทอยู่เสมอและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์การ หน่วยงานหรือธุรกิจที่มุ่งหวังในด้านคุณภาพการบริการ (พิมพ์ชนก ศันสนีย์, 2540) โดยเฉพาะธุรกิจธนาคาร เนื่องจากธุรกิจธนาคารเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป และเป็นบริการที่มุ่งเน้นที่สินทรัพย์เชิงนามธรรมของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงเงินรวมทั้งตราสารทางการเงินต่าง ๆ (Lovelock, 1984) กอปรกับเป็นบริการที่มีความเสี่ยงตามการรับรู้จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าธนาคารมีการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ แต่ละ

ปัจจัยในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก (ตารางที่ 4.3) ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการผลการวิจัยของพิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540) ที่พบว่าในธุรกิจบริการประเภทธนาคารผู้บริโภคมักมีการจัดอันดับความสำคัญที่คล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ อาทิ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย ความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในอันดับต้น ๆ เหมือนกัน ด้วยเหตุนี้ เมื่อลูกค้าธนาคารได้รับบริการจากธนาคารไปตามที่คาดหวังไว้ย่อมเกิดความรู้สึกที่ดีและมีความพึงพอใจเห็นว่าการให้บริการของธนาคารมีคุณภาพดีในที่สุด ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ลูกค้าธนาคารมีการรับรู้ว่าการบริการของ ธ.ก.ส. มีคุณภาพมากที่สุดทุกปัจจัย โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือและความคงเส้นคงวา ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของจันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ที่ได้พบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าบริการของธนาคารก็คือ ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคารและความมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงานที่มีต่อลูกค้านั่นเอง

3. การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้มีดังนี้

3.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ธ.ก.ส. เป็นสถาบันการเงินเพียงแห่งเดียวที่ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่เกษตรกรและอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐบาลซึ่ง ธ.ก.ส. จะต้องสนองตามนโยบายของรัฐบาลแก่เกษตรกรทุกระดับได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับและระเบียบปฏิบัติของ ธ.ก.ส. พร้อมทั้งได้จัดทำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 ให้บริการฝาก-ถอน การบริการสินเชื่อ การบริการชำระค่าสาธารณูปโภคและบริการอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการแล้วสามารถได้รับบริการครบทุกประเภทและเกิดความพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tamimi (2001) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์คุณภาพการบริการใน UAE Islamic Banks พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในคุณภาพการบริการของธนาคารในเรื่องเพศ สัญชาติ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์จิรา รังรองรัตน์ (2542) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังเข้ารับบริการ : ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์บริการรถยนต์เชิงพาณิชย์ พบว่าลูกค้าที่มีปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและขอลตามองค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพบริการ

3.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าที่มีอายุมากจะเป็นลูกค้าเก่าและใช้บริการต่าง ๆ กับ ธ.ก.ส.

มานานจะทำให้ทราบถึงระเบียบและวิธีปฏิบัติในการใช้บริการด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี ส่วนลูกค้าที่มีอายุน้อยจะเป็นลูกค้าใหม่ของบริษัททำให้ยังไม่ทราบถึงระเบียบและวิธีปฏิบัติในการใช้บริการด้านสินเชื่อเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒน์พงศ์ สืบบุญการณ (2541) ได้ศึกษาเรื่องศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของพนักงาน:ศึกษากรณีสำนักบริการโทรศัพท์ บริษัท เทลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น พบว่าพนักงานที่ให้บริการในสำนักงานบริการโทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกันมีคุณภาพการบริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

3.3 ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงได้มีโอกาสพบเห็นและมีประสบการณ์จากการไปใช้บริการในสถานที่ต่าง ๆ ส่วนผู้ที่มีความรู้ในระดับต่ำส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรและผู้สูงอายุซึ่งจะอยู่ในชนบทไม่ค่อยได้ไปใช้บริการจากสถานบริการอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของฉิมฉิม จันทร์ทองแก้ว (2545) ได้ศึกษาผลของความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมภายหลังรับบริการ:ศึกษาเฉพาะกรณีมัลลาคูเทศก์และลูกค้าที่มาใช้บริการในธุรกิจงานที่เกี่ยวข้องภายใต้การควบคุมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อมัลลาคูเทศก์แตกต่างกัน

3.4 อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว/ค้าขายจะมีประสบการณ์จากการไปใช้บริการตามธนาคารต่าง ๆ ที่อยู่ในจังหวัดอุดรธานีมากกว่าอาชีพอื่น ๆ เนื่องจากต้องมีการทำธุรกรรมทางการเงินเป็นประจำเกือบทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิระพรรณ จริยศิลป์ (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในบริการสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภูมิหลังกับความพึงพอใจในบริการสินเชื่อลูกค้าสินเชื่อที่มีอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่ต่างกันมีความพึงพอใจในบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 รายได้ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าที่มีระดับรายได้สูงจะมีฐานะดี มีการประกอบอาชีพหลากหลายและมั่นคงทำให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ได้ง่ายและต้องการความสะดวกรวดเร็วใน

การติดต่อขอใช้บริการ จึงมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่าซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรที่ต้องการบริการที่ความเป็นกันเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเทพ กลมกล่อม (2547) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อบ.ค.ส. สาขาพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าจำแนกตามรายได้ของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยเป็นอันดับ 1 ความน่าเชื่อถือเป็นอันดับ 2 และความคงเส้นคงวาเป็นอันดับ 3 ดังนั้นธนาคารต้องรักษาสภาพตรงนี้ไว้เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าจะเลือกใช้บริการธนาคารแต่ละสาขาจะต้องดูจากการประชาสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นตัวกำหนดศักยภาพในการให้บริการและความเป็นมาตรฐานเดียวกันของแต่ละสาขาก็เช่นกัน แต่ทั้งนี้ธนาคารควรปรับปรุงด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในลำดับท้าย ๆ ซึ่งไม่ตรงกับที่ ธ.ก.ส. ได้จัดทำระบบบริการคุณภาพ ISO 9001:2000 การให้บริการด้านการเงินการธนาคารในการตอบสนองลูกค้าให้ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น ดังนั้นเพื่อปรับตัวให้เข้ากับยุคที่ตลาดการเงินมีการแข่งขันสูงและปอกรกับปัจจุบันในจังหวัดอุดรธานีได้มีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ให้เลือกใช้บริการเป็นจำนวนมาก ลูกค้าจึงสามารถเลือกใช้บริการจากธนาคารใดก็ได้ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น สิ่งที่ ธ.ก.ส. ต้องทำโดยด่วนคือความใส่ใจในการให้บริการแก่ลูกค้ารวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น และปรับปรุงด้านบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกโดยจัดให้มีหน่วยบริการรับฝาก-ถอนเคลื่อนที่ เช่น ที่ชุมชน โรงเรียนหรือตามส่วนราชการต่าง ๆ และเปิดดำเนินการของสาขาย่อยเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ควรจัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก

2. การจัดให้บริการมาก่อนหลังโดยใช้บัตรคิว ลูกค้าย่อมเห็นว่าตนเป็นบุคคลสำคัญของธนาคารและมีความเร่งรีบเพื่อไปประกอบภารกิจอื่น ๆ ที่ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าลูกค้าคนอื่น ๆ ดังนั้นธนาคารควรควบคุมดูแลมิให้ลูกค้าธนาคารบางส่วนอาศัยการรู้จักหรือความสนิทสนมกับพนักงานเป็นการส่วนตัวแล้วพยายามที่จะให้ได้รับบริการก่อนโดยไม่ตระหนักถึงความสำคัญและความเร่งรีบของลูกค้ารายอื่น ซึ่งการกระทำดังกล่าวย่อมส่งผลเสียหายต่อภาพลักษณ์ของธนาคารได้ในที่สุด

3. ธนาคารควรให้ความสำคัญกับด้านลักษณะภายนอกของธนาคาร ปัจจุบันรูปแบบสาขาของธนาคารมีความหลากหลายเนื่องจากเป็นอาคารเช่ามากกว่าเป็นอาคารที่สร้างขึ้นเอง ดังนั้นหากธนาคารมีการปรับปรุงหรือจัดตั้งสาขาใหม่ธนาคารควรมีรูปแบบของสาขาเป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงความเป็นมาตรฐานเดียวกันภายใต้ชื่อ ธ.ก.ส. ทุกสาขา ซึ่งจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต่อองค์กร และควรจัดสถานที่จอดรถยนต์ให้เพียงพอแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการรวมถึงการจัดเตรียมเก้าอี้รอลูกค้าให้เพียงพอและเป็นระเบียบตลอดจนการจัดทำป้ายประกาศต่าง ๆ เช่นป้ายบอกทาง เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ธ.ก.ส. เป็นระยะ ๆ เนื่องจากการรับรู้ของลูกค้าย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันกันสูงขึ้นเรื่อย ๆ
2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดอื่น เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับ ธ.ก.ส. จังหวัดอุดรธานี
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะกลุ่มตัวอย่างใหม่ ๆ ที่เข้ามาใช้บริการที่ ธ.ก.ส.