

ชื่อภาคนิพนธ์ การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ในจังหวัดอุตรดิตถ์

ผู้วิจัย นางสาวสื่อกัญญา เพ็ชรงาน ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัย
ราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ. นัทรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร (2) ดร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร
(3) ดร.ปนัดดา ยิ้มสกุล ปีการศึกษา 2549 จำนวน 77 หน้า คำสำคัญ การรับรู้ คุณภาพการบริการ
ลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการในภาพรวมด้านต่าง ๆ ของ ธ.ก.ส. ตาม
การรับรู้ของลูกค้าและเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ
และรายได้ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่มาใช้บริการทั้ง 13 สาขา จำนวน 398
คน การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีสำรวจแบบเผชิญหน้าตัวต่อตัว การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลนำมา
แจกแจงในรูปค่าความถี่และค่าสถิติร้อยละ การศึกษาระดับการรับรู้ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ ใช้ค่าเฉลี่ย
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามเพศใช้การทดสอบค่าที่
ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับคุณภาพการบริการที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.23$)
และความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.29$) และระดับคุณภาพการบริการที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.91-3.18$) จำนวน 8
รายการ คือ ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความคงเส้นคงวา การตอบสนองอย่าง
รวดเร็ว ลักษณะภายนอกและความเข้าใจลูกค้า (2) ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการใน
ภาพรวมไม่แตกต่างกัน (3) ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวม
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (5) ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการใน
ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (6) ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการ
บริการในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Term Paper Title The Perception of Customers on Service Quality of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Udon Thani Province.

Researcher Miss Suekanya Pianngan. Master of Business Administration (Marketing). Dhonburi Rajabhat University. Term Paper advisors: (1) Assoc. Prof. Chatrachai Loirittiwuttikrai (2) Dr. Pajit Wiboonthanasarn (3) Dr. Panadda Yimaskul. Academic year: 2006. 77 pp.
Keywords: perceived, service quality, customers, Bank for Agriculture and Agricultural Co-Operatives.

Abstract

The research aimed to study the levels of quality in each service aspect of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) on the whole picture and to compare the perception of BAAC's customers by sex, age, educational level, occupation, and income. The samples consisted of 398 respondents who used various services of all the 13 branches of BAAC in Udon Thani Province. The data collecting method was a structured interview. The statistical analysis on personal factors of the customers was in the form of percentage and frequency. The mean and standard deviation were used to study the perception levels on the factors affecting service quality. In comparison of perception of the service quality on sex, the statistical value of t-test was used. As for the comparisons on age, educational level, occupation and income, the analysis of variance was employed.

The results of the study were: (1) the highest levels of service quality were confidence and security. High levels were 8 services: convenience, communication, capability, politeness, consistency, promptness, appearance and understanding; (2) different sexes had no difference in perception of the overall service quality; (3) different age groups were of statistical difference in perception of service quality ($p < .05$); (4) different educational levels were of statistical difference in perception of overall service quality ($p < .05$); (5) different occupations were found to have statistical difference in perception of overall service quality ($p < .05$); (6) different income levels were of statistical difference in perception of overall service quality ($p < .05$).