

คุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร  
Service Quality Affecting Customers' Loyalty of the Bank for Agriculture and  
Agricultural Cooperatives (BAAC) in Phichit Province

เมณฑาท บรรเทาทุกข์<sup>1\*</sup> และนลินี เหมาะประสิทธิ์<sup>2</sup>

<sup>1\*, 2</sup>คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

Maynart Bantaotuk<sup>1\*</sup> and Nalinee Mohprasit<sup>2</sup>

<sup>1\*, 2</sup>Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร 15 สาขา จำนวน 400 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารและความจงรักภักดีของลูกค้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และคุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ และความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ร้อยละ 59.50 โดยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $\beta = 0.287$ ) มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตรมากที่สุด

**คำสำคัญ:** 1) คุณภาพในการให้บริการ 2) ความจงรักภักดี 3) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

### Abstract

This research aimed to study the service quality affecting the customers' loyalty of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Phichit Province. The sample size was 400 customers from 15 branches of the bank. This research is a quantitative research by using questionnaires. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results found that the bank's service quality and customer loyalty were a high level of feedback. The result of hypothesis testing found that the service quality consisting of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles affected customers' loyalty of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Phichit Province with statistically significant level of 0.05 at 59.50 percent. Tangibles ( $\beta = 0.287$ ) had the greatest effect on customers' loyalty of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Phichit Province.

**Keywords:** 1) Service Quality 2) Loyalty 3) Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC)

<sup>1\*</sup>นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

Email: maynart.bs@gmail.com

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ

## บทนำ (Introduction)

ธุรกิจธนาคาร เป็นธุรกิจที่เน้นการบริการเป็นหลัก พนักงานต้องทำหน้าที่ในการดูแล ให้คำปรึกษา นำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ลูกค้า โดยมีการให้บริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ทั้งการให้บริการธนาคารอัตโนมัติแก่ประชาชน และการบริการผ่านเคาน์เตอร์ เช่น การรับฝากเงิน การให้สินเชื่อ ตลอดจนบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค การบริการที่หลากหลายเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่จำเป็นในชีวิตประจำวันหลายๆ ด้าน เพื่อช่วยเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ความถูกต้อง ตรงเวลา ความปลอดภัย ลดขั้นตอนและระยะเวลา ในการติดต่อธุรกรรมทางการเงินด้วยตัวเอง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559)

จากผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มากที่สุด รองลงมาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะว่าต้องการให้ธนาคารพาณิชย์ มีการปรับปรุงในเรื่องการพัฒนาการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคาร เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การพัฒนาการให้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ เพิ่มจำนวนตู้อัตโนมัติ เพิ่มจำนวนสาขา และเพิ่มการให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร (มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2562) จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า การใช้บริการธนาคารของลูกค้าจะมีความแตกต่างกัน เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคลนั้น มีความหลากหลายและสลับซับซ้อนมากขึ้น ธนาคารหลายธนาคารเริ่มมีการแข่งขันกัน โดยพัฒนาองค์กรในลักษณะที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และมีเป้าหมายไปที่กลุ่มลูกค้าเดียวกัน (ฉวีพูล ชวนสมสุข, 2553) ด้วยเหตุนี้ แต่ละธนาคารจึงเริ่มมียุทธศาสตร์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธนาคาร ซึ่งหนึ่งในนั้นคือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความโดดเด่นทางด้านคุณภาพในการบริการ ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืนและยังเป็นการสร้างความแตกต่างในการแข่งขันของธุรกิจธนาคาร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ 1) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร เพื่อเพิ่มรายได้ พัฒนาความรู้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร 2) ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม 3) ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และ 4) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2562)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร มีจำนวน 15 สาขา เปิดให้บริการด้านการรับฝาก-ถอน ด้านสินเชื่อ และด้านอื่นๆ ของธนาคาร ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ธนาคารได้มีโครงการปล่อยสินเชื่อฉุกเฉินสำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ให้แก่เกษตรกร ตามมติคณะรัฐมนตรี 28 เมษายน 2563 ส่งผลให้มีจำนวนผู้เข้าใช้บริการทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเดิมในแต่ละสาขาเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 350 คน ต่อวัน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2563) ดังนั้นธนาคารจึงต้องตระหนักและหาแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ หากบริการและสิ่งต่างๆ ไม่เป็นที่น่าสนใจหรือไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ย่อมส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาด อัตรากำไร รวมถึงการดำรงอยู่ของธนาคารในอนาคต ดังนั้น การตื่นตัวและปรับปรุงบริการของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสามารถแข่งขันสู้กับคู่แข่งได้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อที่จะรักษาลูกค้าเดิมให้ยังคงตัดสินใจใช้บริการกับธนาคารอยู่ และเพิ่มลูกค้าใหม่ให้ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการกับธนาคาร

เนื่องจากงานบริการคือหัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ เพื่อครองใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ ให้เกิดความเชื่อมั่นและจงรักภักดีต่อธนาคาร การสร้างความจงรักภักดีจากลูกค้านั้นถือเป็นเป้าหมายอันสำคัญที่ทุกธนาคารต้องการ หากการบริการของธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมสร้างความจงรักภักดี อย่างไรก็ตามการสร้าง ความจงรักภักดีในยุคปัจจุบันที่ความต้องการของลูกค้าหลากหลายมากขึ้น ท่ามกลางการแข่งขันในธุรกิจที่สูงมาก ย่อมทำได้ไม่ง่ายนัก แต่ก็ไม่สามารถทำได้ (เด่นนภา มุ่งสูงเนิน, 2557) ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ จึงถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สามารถยืนหยัดสู้กับคู่แข่งได้ และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อมุ่งสู่การเป็นธนาคารที่อยู่ในใจของผู้รับบริการ (เพ็ญวิภา สติธีรานนท์, 2555) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคาร และเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร
2. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร
3. เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร

### การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวังกับการบริการที่รับรู้ได้จริงจากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรืออาจสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับและก่อให้เกิดความภักดีกับสินค้าหรือบริการต่อไป

เครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการของ Parasuraman, et al. (1990) ได้กำหนดเกณฑ์ เพื่อใช้วัดคุณภาพบริการเรียกว่า “SERVQUAL” โดยแบ่งได้เป็น 5 ปัจจัย ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง การบริการที่แสดงให้ผู้รับบริการเกิดรับรู้ถึงคุณภาพการบริการได้อย่างทันที ลักษณะของสิ่งที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกสามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น การใช้สิ่งที่เป็นรูปธรรมเช่นนี้ช่วยให้องค์กรสื่อถึงคุณภาพที่เป็นนามธรรมได้ชัดเจนขึ้น ความมีตัวตนใช้ในการประกาศระดับคุณภาพที่องค์กรนำเสนอและใช้สื่อสารกับผู้รับบริการได้โดยไม่ต้องชี้แจงเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษร

2) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง กระบวนการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้องแม่นยำและครบถ้วน ไม่มีข้อผิดพลาด ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการให้บริการ และเป็นความสามารถในการให้บริการที่ผู้รับบริการพึงพ้ออาศัยได้ ปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณภาพที่สำคัญ เนื่องจากลูกค้าต้องการบริการจากผู้ให้บริการที่รักษาสัญญา โดยเฉพาะสัญญาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการบริการหลัก กิจการบริการต้องทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการบริการหลักที่ลูกค้าต้องการ

3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ พนักงานมีความยินดีในการให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก เน้นถึงความสนใจ รวมถึงความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับบริการให้เข้ากับความต้องการของผู้รับบริการแต่ละรายที่แตกต่างกัน

4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความไว้วางใจและเชื่อมั่นในการให้บริการของผู้รับบริการที่เกิดจากความรู้ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการที่สามารถปฏิบัติงานการบริการได้ดีมีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจทั้งในเรื่องความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและความเป็นมิตร (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)

5) การเข้าใจและการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การให้ความห่วงใยและสนใจในตัวผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ความเอาใจใส่ประกอบด้วยลักษณะของความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความรู้สึกเป็นกันเองที่จะเข้าใจลึกซึ้งและความพยายามที่เข้าใจความต้องการของผู้อื่น ความเอาใจใส่จะช่วยสร้างแนวทางการพัฒนาบริการให้ดีขึ้น เรื่อย ๆ จนถึงเยี่ยมยอดซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้รับบริการและเพิ่มกำไรให้แก่องค์กร

### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี

ศิมาภรณ์ สิทธิชัยและสิญาธร ชุนอ่อน (2558) กล่าวว่า ตัวชี้วัดระดับความจงรักภักดีของลูกค้าควรปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี ทั้งนี้การวัดระดับความภักดีของลูกค้า (Customer's Loyalty) มี 2 ประเด็นใหญ่ๆ คือ ด้านพฤติกรรมและทัศนคติ โดยเพิ่มประเด็นย่อยตามเวลาและบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

1) ด้านพฤติกรรมของลูกค้า เป็นการพิจารณาถึงการกระทำของลูกค้าที่ได้จากการซื้อซ้ำเป็นประจำสม่ำเสมอ การบอกปากต่อปากแบบดั้งเดิม การบอกต่อผ่านอินเทอร์เน็ต และการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าที่มีความภักดี ก็คือการรักษาลูกค้าเดิมไว้ ซึ่งจะ เป็นตัวเสริมแรงให้เกิดความสัมพันธ์ทางความรู้สึกระหว่างลูกค้าและผู้ค้า นอกจากนี้ ลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าอยู่แล้วก็ยังคงมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำต่อไป

2) ด้านทัศนคติของลูกค้า เป็นการวัดอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าว่ามีความผูกพัน หรือเป็นส่วนหนึ่งของสินค้า โดยพิจารณาได้จากความตั้งใจซื้อ ความอ่อนไหวต่อราคา การเป็นทางเลือกแรก และความชอบ ทัศนคติเป็นส่วนสำคัญที่จะก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า โดยหากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ก็จะนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อซ้ำนั่นเอง

ทั้งนี้ตัวชี้วัดระดับความจงรักภักดีไม่ได้เน้นเฉพาะพฤติกรรมด้านใดด้านหนึ่ง แต่นำพฤติกรรมด้านทัศนคติเข้ามาเป็นปัจจัยร่วมในการศึกษาด้วย ในปัจจุบันนักวิจัยทางการตลาดนิยมใช้มิติทั้งสองด้านรวมกันเพื่อเป็นตัวชี้วัดความภักดีให้มีความครอบคลุมมากขึ้น

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชยพล บุญบำรุง (2563) ได้ทำการศึกษาคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน และพบว่าลูกค้าสินเชื่อธุรกิจให้ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสันจังหวัดสระบุรี มากกว่า ลูกค้าสินเชื่อบุคคล เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้า ที่สินเชื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์ และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารอิสลามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารอิสลามในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้อยู่ในระดับมาก สำหรับผลวิเคราะห์คุณภาพการบริ

การที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารอิสลามมากที่สุด ตามมาด้วย ด้านการเอาใจใส่ ด้านการปฏิบัติตามหลักการอิสลาม ด้านความเชื่อมั่น และด้านลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ ตามลำดับ

พัทธนันท์ ศรีทองคำ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของลูกค้า ส่วนตัวแปรการรับรู้คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการตอบสนอง ปัจจัยด้านความมั่นใจแก่ลูกค้า และปัจจัยด้านการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดรุณี วิชนะ (2560) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ระดับคุณภาพบริการของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความไว้วางใจด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินในเขต จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ และด้านการซื้อซ้ำ ตามลำดับ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการของ ธนาคารออมสินกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง

หนึ่งฤทัย ไชยวงษ์ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาวัฒนานคร ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาวัฒนานคร ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ด้านประเภทยุคมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาวัฒนานคร ส่วนปัจจัยคุณภาพบริการ ทางด้านความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และการดูแลเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาวัฒนานคร

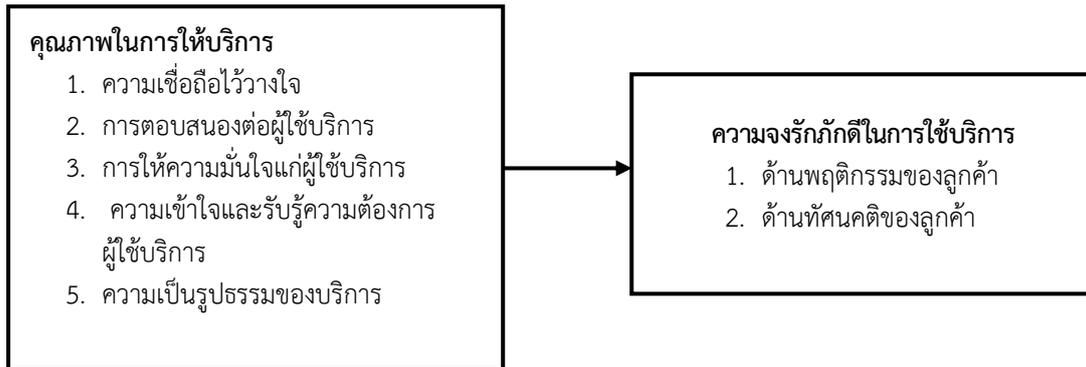
กิริติ บันดาลสิน (2558) ได้ทำการศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจและความไว้วางใจแก่ลูกค้ามากที่สุด 2) ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความจงรักภักดีในการใช้บริการในด้านทัศนคติมากที่สุด 3) การรับรู้คุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยรวม โดยความใส่ใจลูกค้ามีความสัมพันธ์มากที่สุด 4) การรับรู้คุณภาพบริการด้านความใส่ใจลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการด้านพฤติกรรม ด้านทัศนคติ และความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยรวมในทิศทางบวกที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ลัดดาวัลย์ โยธาภิรมย์ (2556) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านรับประกัน/ ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลลัพธ์ ความถี่ในการมาใช้บริการต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## กรอบแนวคิดทางการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



## วิธีดำเนินการ (Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร 15 สาขา จำนวน 96,000 คน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2563)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร จำนวน 15 สาขา ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรโดยใช้วิธีการคำนวณสูตรของ Taro Yamane (1973, p.73) กำหนดความเชื่อมั่น 95% ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 ขนาดความคลาดเคลื่อน +/- 5% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาเป็นลูกค้า ประเภทบริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตรจำนวน 5 ด้าน เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร จำนวน 2 ด้าน เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question)

การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมจริง และได้ทำการหาความเชื่อมั่นหลังเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) แสดงค่าความเชื่อมั่น ดังตาราง 1

**ตาราง 1** แสดงค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปร

คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาความเชื่อมั่น (n = 400)
ความเชื่อถือไว้วางใจ	0.829
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	0.825
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.882
ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ	0.752
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.873
ความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้า	0.834

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ ระยะเวลาเป็นลูกค้า ประเภทบริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถิติที่ใช้คือค่าความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร จำนวน 5 ด้าน และความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร จำนวน 2 ด้าน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์เพื่อใช้ในการแปลผลแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (Best, 1983)

4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานในการศึกษา ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

#### สมมติฐานทางการวิจัย

คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ และความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร

### ผลการศึกษา (Results)

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.2 ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้

บริการธนาคารประเภทฝาก / ถอน / โอนเงินมาแล้ว 1 – 5 ปี โดยในช่วงเวลา 1 เดือนที่ผ่านมา ลูกค้าจะใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง ในช่วงเวลา 8.30 - 10.00 น.

2. คุณภาพในการให้บริการ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัด พิษณุตร อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า

**ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.40, S.D. = .686$ )

**ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ พนักงานมีความกระตือรือร้นและสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.35, S.D. = .743$ )

**ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและเหมาะสม เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.33, S.D. = .726$ )

**ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ พนักงานให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกระดับที่เสมอภาค และเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.30, S.D. = .699$ )

**ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ พนักงานมีการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.45, S.D. = .666$ )

3. ความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิษณุตร อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า

**ด้านพฤติกรรมของลูกค้า** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ แนะนำบุคคลรอบข้างให้มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิษณุตร เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.27, S.D. = .687$ )

**ด้านทัศนคติของลูกค้า** ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในหัวข้อ ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิษณุตร เป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.35, S.D. = .724$ )

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ใช้สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการ ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ และความเป็นรูปธรรมของบริการ กับความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิษณุตร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า คุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิษณุตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีทั้งหมด 5 ด้าน คือ ความเชื่อถือไว้วางใจ ( $X_1$ ) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ( $X_2$ ) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ( $X_3$ ) ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ( $X_4$ ) และความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $X_5$ ) โดยทั้ง 5 ด้านนี้มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิษณุตร ร้อยละ 59.50 แสดงดังตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Model		Coefficients			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients		
		B	Std. Error	$\beta$		
1	(Constant)	.902	.140		6.443	.000
	ความเชื่อใจไว้วางใจ ( $X_1$ )	.141	.046	.159	3.075	.002*
	การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ( $X_2$ )	.114	.040	.143	2.876	.004*
	การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ( $X_3$ )	.130	.046	.159	2.805	.005*
	ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ( $X_4$ )	.133	.038	.158	3.527	.000*
	ความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $X_5$ )	.256	.044	.287	5.801	.000*

R = .771, R<sup>2</sup> = .595, Adjust R<sup>2</sup> = .590 \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเชื่อใจไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร (Y) มี 5 ด้าน ประกอบไปด้วย ด้านความเชื่อใจไว้วางใจ ( $X_1$ ) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ( $X_2$ ) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ( $X_3$ ) ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ( $X_4$ ) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $X_5$ ) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = (0.159)X_1 + (0.143)X_2 + (0.159)X_3 + (0.158)X_4 + (0.287)X_5$$

โดยสรุปจากการแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในตาราง 2 พบว่า คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเชื่อใจไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ และความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$Y = 0.902 + (0.141)X_1 + (0.114)X_2 + (0.130)X_3 + (0.133)X_4 + (0.256)X_5$$

จากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเชื่อใจไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนอธิบายได้ดังนี้

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเชื่อใจไว้วางใจ ( $X_1$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร เพิ่มขึ้น 0.159 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่

คุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ( $X_2$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตรเพิ่มขึ้น 0.143 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่

คุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ( $X_3$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตรเพิ่มขึ้น 0.159 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ( $X_4$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตรเพิ่มขึ้น 0.158 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $X_5$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตรเพิ่มขึ้น 0.287 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่

### สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

จากการศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร สามารถสรุปประเด็นสำคัญและนำมาอภิปรายผลดังนี้

คุณภาพในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร มีระดับความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางธนาคารได้มีช่องทางในให้บริการที่หลากหลาย และพัฒนาด้านการบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบกับเมื่อลูกค้าเลือกใช้บริการจากทางธนาคารแล้วแสดงว่าลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพบริการ มีความเชื่อถือไว้วางใจ และมั่นใจในบริการของธนาคารในระดับหนึ่งที่สามารถทำให้ตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภคจิรา บานเพียร (2555) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ส่วนสาขานวนครในภาพรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศรีบุญภัทร ศรีสุธรรม (2554) ที่ทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ พบว่าคุณภาพของการให้บริการของธนาคารอยู่ในระดับดีทุกด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือ การเข้าถึงจิตใจ ความมั่นใจ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ลักษณะภายนอก ตามลำดับ

ความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร

ผลการศึกษาพบว่า ความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร มีระดับความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทศนคติของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้า ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาบริการ การวางกลยุทธ์ทางการตลาดของทางธนาคารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อมากขึ้น และยังคงใช้บริการกับธนาคารต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดร.ณิ วัชนะ (2560) ที่พบว่าระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินในเขต จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ และด้านการซื้อซ้ำ ตามลำดับ และยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิรติ บันดาลสิน (2558) ที่พบว่า

ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความจงรักภักดีในการใช้บริการในด้านทัศนคติมากที่สุด

สมมติฐานของการวิจัย คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ให้บริการ และความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ได้แก่ พนักงานให้บริการได้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้าตั้งแต่ครั้งแรก พนักงานให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด เอกสารแบบฟอร์มมีความชัดเจน สั้นกระชับ พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานให้บริการตามความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น เอกสารแบบฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอไม่หยุดนิ่ง มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษาสถานะลูกค้าของธนาคาร ลูกค้าจึงสามารถรับรู้ได้ถึงความเชื่อถือ ไว้วางใจในการให้บริการที่ดีของคุณภาพบริการของธนาคารที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1990) ที่กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นกระบวนการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้อง แม่นยำและครบถ้วน ไม่มีข้อผิดพลาด ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการให้บริการ และเป็นความสามารถในการให้บริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธนันท์ ศรีทองคำ (2560) ที่พบว่า ตัวแปรการรับรู้คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร พันโน (2555) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ด้านความเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สาขาในการให้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ การให้ข้อมูลในการให้บริการตามความต้องการแก่ลูกค้า

คุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นและสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ธนาคารมีการจัดระบบคิวให้แก่ผู้มาใช้บริการ พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหา และแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และพนักงานมีจำนวนเพียงพอ สำหรับการให้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารได้ให้ความสำคัญกับการบริการมาเป็นลำดับแรก โดยมองว่าลูกค้าสำคัญที่สุดและได้เน้นย้ำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการให้บริการอยู่เสมอ ซึ่งหากลูกค้ารับรู้ว่าการบริการของทางธนาคารมีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น ก็จะทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีขึ้นและเกิดการบอกต่อไปยังคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์ และคณะ (2562) ที่พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารอิสลามมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร พันโน (2555) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ธนาคารมีระบบการให้บริการรวดเร็ว รองลงมา คือ การจัดลำดับก่อนหลังการให้บริการ

คุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการให้บริการ พนักงานสามารถอธิบายระเบียบ/ขั้นตอนการให้บริการได้อย่างชัดเจน พนักงานใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและเหมาะสม มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าสามารถสัมผัสได้เป็นลำดับแรกตั้งแต่เข้า

มาในธนาคาร การจะพิจารณาว่าธนาคารมีคุณภาพในการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการมากน้อยเพียงใดนั้น พนักงานผู้ใช้บริการย่อมมีความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นพนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการให้บริการ พนักงานสามารถอธิบายระเบียบ/ขั้นตอนการให้บริการได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศระ เปรมบุญ (2562) ที่พบว่า ด้านที่มีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านความมั่นใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธนันท์ ศรีทองคำ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ โดยลูกค้ามีการรับรู้ในระดับมากทุกข้อ การที่พนักงานมีความรู้ในงานที่ให้บริการ และพนักงานให้บริการมาตรฐานเดียวกัน ลูกค้าให้ความสนใจมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ พนักงานให้คำแนะนำช่วยเหลือในทุกขั้นตอนได้อย่างชัดเจน

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ได้แก่ พนักงานให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกระดับที่เสมอภาค และเท่าเทียมกันพนักงานมีการติดต่อกลับไปยังผู้ใช้บริการเมื่อพนักงานให้บริการเสร็จสิ้น พนักงานรับฟังความต้องการและปัญหาของลูกค้าด้วยความสนใจ ธนาคารมีกล่องรับความคิดเห็น หรือรับแบบการประเมินการบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารดำเนินงานโดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการสร้างประโยชน์ที่เหมาะสม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวม มีการให้บริการในทุกระดับ ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย ที่สามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจแก่ลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1990) ที่กล่าวว่า การเข้าใจและการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เป็นการให้ความห่วงใยและสนใจในตัวผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ความเอาใจใส่ประกอบด้วยลักษณะของความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความรู้สึกเป็นกันเองที่จะเข้าไปใกล้ชิดและความพยายามที่เข้าใจความต้องการของผู้อื่น และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน (2558) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการ ด้านพฤติกรรม ด้านทัศนคติ และความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยรวมในทิศทางบวกที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธนันท์ ศรีทองคำ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ลูกค้ามีการรับรู้ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ พนักงานเต็มใจสอบถามความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง พนักงานให้ความสนใจลูกค้าเป็นการส่วนตัว เป็นอันดับ 2 และพนักงานพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า เป็นอันดับสุดท้าย

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการมาใช้บริการ ธนาคารจัดที่นั่งรอเพียงพอสําหรับผู้มาใช้บริการธนาคารจัดให้มีพื้นที่สำหรับการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ อย่างเพียงพอ บริเวณภายในธนาคารมีแสงสว่างและเครื่องปรับอากาศที่เพียงพอ พนักงานให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการอย่างเต็มใจ และพนักงานมีการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารมีสาขาและช่องทางในการให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุม รวมถึงตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม สะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ หากลูกค้าต้องการใช้บริการที่แห่งใดก็สามารถไปได้ทุกแห่ง ประกอบกับมีการจัดสรรพื้นที่ภายในที่เพียงพอ ไม่แออัด และไม่คับแคบในแต่ละสาขา ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งฤทัย ไชยวงษ์ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ทางด้านความเป็นรูปธรรม มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาวัฒนานคร ทั้งนี้ความภักดีจากลูกค้าเป็นเป้าหมายอันสำคัญที่ธุรกิจต้องการ หากการบริการของธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมสร้างความจงรักภักดี และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยพล บุญบำรุง (2563) ที่พบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ในระดับมาก คือ ธนาคารมีสถานที่ตั้งสะดวกเหมาะสม และที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรินทร์

จันทมิฬ (2559) ที่พบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ด้านสถานที่ตั้งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับดี ได้แก่ บรรยากาศภายในมีความสะอาดและสวยงามอยู่เสมอ รองลงมาคือ มีสถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ และมีความสะดวกสบายของที่นั่งรอรับบริการของผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปใช้

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้ประกอบการธนาคารสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มช่องทางในให้บริการที่หลากหลาย และพัฒนาด้านการบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและจงรักภักดีต่อธนาคาร ยกที่จะเปลี่ยนใจไปใช้บริการสถาบันการเงินอื่น

ความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทศนคติของลูกค้า และ พฤติกรรมของลูกค้า ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรมีการพัฒนาบริการ การวางกลยุทธ์ทางการตลาดของทางธนาคารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อมากขึ้น และยังคงใช้บริการกับธนาคารต่อไป

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรมีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับระบบการดำเนินงานควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องแม่นยำ รวมถึงรักษาภาพลักษณ์ของธนาคารให้มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า รวมถึงสร้างความจงรักภักดีที่มีต่อธนาคารให้มั่นคง และยาวนาน

คุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรสร้างจิตสำนึกของพนักงานให้มีจิตบริการเต็มใจให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาในทันทีทันใด และให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง

คุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงาน ฝึกอบรมพนักงาน ทั้งในเรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารและการปฏิบัติหรือวางตัว ตลอดจนการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ

คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ใช้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรกำหนดแนวปฏิบัติและแนวทางในการให้บริการของพนักงานโดยการให้บริการลูกค้าทุกระดับที่เสมอภาค และเท่าเทียมกัน และมีการประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วขึ้น

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรให้ความสำคัญกับสถานที่ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

โดยการจัดพื้นที่ภายในธนาคารที่เพียงพอกับลูกค้า ไม่แออัด และไม่คับแคบ รวมถึงทำเลที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้า  
ได้รับความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

### ข้อจำกัดในการทำวิจัย

ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยฉบับนี้เก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดพิจิตร ซึ่งไม่สามารถใช้อ้างอิงแนวคิดของคน  
โดยทั่วไปในประเทศไทยได้ ดังนั้นผลของการศึกษาในครั้งนี้จึงใช้เพียงการอ้างอิงแนวความคิดของคนในพื้นที่ที่  
ทำการศึกษาวិชาวิจัยเท่านั้น

### ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

เพื่อให้การศึกษาในครั้งต่อไปมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อันให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป ในเรื่อง  
คุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์  
การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งไม่ได้มีการศึกษาแบบเชิงลึกดังเช่นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่จะ  
สอบถามถึงคุณภาพในการให้บริการที่เจาะลึกรายละเอียดกว่านี้ ดังนั้นการทำวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการ  
สัมภาษณ์กับผู้ให้บริการเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ทราบคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีใน  
การให้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ โดยขยายขอบเขตของการศึกษาไปยังพื้นที่ต่างๆ พื้นที่ใกล้เคียง หรือ  
จังหวัดอื่นๆ เพื่อกระจายกลุ่มตัวอย่าง เพื่อที่จะได้ทราบถึงผลการศึกษาว่าแต่ละพื้นที่มีความเหมือนหรือแตกต่าง  
กันอย่างไร

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าธนาคาร เช่น การมีแอปพลิเคชันสำหรับ  
ธุรกรรมทางดิจิทัล หรือเครื่องมือทางการตลาดอื่นๆ ของธนาคาร ที่มีผลต่อการใช้บริการของธนาคารเพื่อ  
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจธนาคารหลายแห่งได้มีการพัฒนาทั้งเทคโนโลยี  
การบริการ อันทันสมัยเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกรรมการเงิน ซึ่งการพัฒนาจะทำให้เกิดการรับรู้  
และจดจำได้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
(ธ.ก.ส.) ได้

### บรรณานุกรม (Bibliography)

กีรติ บันดาลสิน. (2558). การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้า

ธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร,  
กรุงเทพฯ.

ชยพล บุญบำรุง. (2563). คุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสันสระบุรี

จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.

ณัฐพล ชวนสมสุข. (2553). ภาพลักษณ์ของธุรกิจธนาคารที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าธนาคาร.

การค้นคว้าอิสระ วท.ม., วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ดรุณี วัชนะ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี,  
สุราษฎร์ธานี.

เด่นนภา มุ่งสูงเนิน. (2557). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ: กรณีบริษัทไดนามิค

อินเทอร์เน็ตทรานสปอร์ต จำกัด. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(2),  
83-104.

ธนพร พันโน. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม

อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,  
อุบลราชธานี.

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2562). ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content\\_group\\_sub=0001](https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001)
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). จำนวนผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิจิตร. พิจิตร : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). ข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/BOTStoryTelling/Pages/FinancialInstitutions\\_StoryTelling\\_Fl.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOTStoryTelling/Pages/FinancialInstitutions_StoryTelling_Fl.aspx)
- ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ, อัลญาน์ สมุห์เสณีโต และนุรซาร์ฮิดาห์ อุเซ็ง. (2562). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารอิสลามในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 9 (2), 148-170.
- พัทธนันท์ ศรีทองคำ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- เพ็ญภิษา สติธธีรานนท์. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการธนาคารกรุงไทย สาขาสำนักงานนาเหนือ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ภักจิรา บานเพียร. (2555). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร. วารสารเกษมบัณฑิต, 13(2), 41-53.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (2562). การใช้บริการธนาคารพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2563, จาก <https://siamrath.co.th/n/80306>
- ลัดดาวัลย์ โยธาภิรมย์. (2556). คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด. ปัญหาพิเศษ รบ.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- วัชรินทร์ จันทิมิฬ. (2559). คุณภาพในการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ศรัณูภัทร ศรีสุธรรม. (2554). คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน สาขาซีคอนสแควร์. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, กรุงเทพฯ.
- ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญาธร ชุนอ่อน. (2558). การวัดความภักดีของลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม. วารสารนักบริหาร, 35(1), 64-74.
- หนึ่งฤทัย ไชยวงษ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาวัฒนานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- อิสระ เปรมบุญ. (2562). ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยธนบุรี, กรุงเทพฯ
- Best, J. W. (1983). *Research in Education*. New Jersey: Prentice Hill.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A. (1990). *An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Model*. Cambridge: Marketing Science Institute.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.