

การสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

Building Impression of Customers of Krungthai Bank, Chokchai Branch,

Nakhon Ratchasima Province

นริศรา แตนค่างพลู

Narisara Dankangplo

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 รายซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment correlation coefficient)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.45$, $SD = .456$), ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.43$, $SD = .476$), ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.38$, $SD = .524$), ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .586$), และด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .481$) ตามลำดับ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ 5 ด้านได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

Abstract

This research aims to study on service quality factors affecting to building impression of customers of Krungthai Bank, Chokchai Branch, Nakhon Ratchasima Province. The sample group was 400 customers who used services of Krungthai Bank, Chokchai Branch, Nakhon Ratchasima Province. Questionnaire was used as the research tool for collecting data and statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, Standard Deviation, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The results obtained from data analysis could be concluded as follows. Most customers of Krungthai Bank, Chokchai Branch, Nakhon Ratchasima Province were females with the age ranged from 31-40 years. They were single and graduated in Bachelor. Most of them worked as government/state enterprise officers with the monthly income of 10,001 – 20,000 baht. For opinion level on service quality factors affecting to building impression of customers of Krungthai Bank, Chokchai Branch, Nakhon Ratchasima Province, it was found that most customers had the highest level of opinion on reliability ($X = 4.45$, $SD = .456$), making customers feel confident ($X = 4.43$, $SD = .476$), responding to customers ($X = 4.38$, $SD = .524$), understanding and acknowledgement on customers ($X = 4.36$, $SD = .586$), and concreteness of services providing ($X = 4.36$, $SD = .481$), respectively.

From the results of hypothesis testing that factors on service quality had the relationship with building impression of customers of Krungthai Bank, Chokchai Branch, Nakhon Ratchasima Province, it was found that there were 5 factors on service quality including concreteness of services providing, reliability, responding to customers, making customers feel confident, understanding and acknowledgement on customers had statistical relationship with building impression of customers of Krungthai Bank, Chokechai Branch, Nakhon Ratchasima Province with statistical significance at 0.05.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสร้างความประทับใจต่อผู้เข้ามาใช้บริการถือเป็นหลักในการปฏิบัติที่มีสำคัญขององค์กรที่จะเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จ ด้วยเทคนิคในการบริการแต่ละองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ที่มีความแตกต่างกันโดยเริ่มจากนิยามของการให้บริการลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอกโดยนิยามของการบริการลูกค้าภายใน คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพนักงานในรูปแบบรางวัลตอบแทน สร้างองค์ความรู้แก่พนักงานโดยพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถในการแนะนำผลิตภัณฑ์บริการ ที่จะพัฒนาพนักงานในการเพิ่มเพิ่มสมรรถนะในการปฏิบัติงาน รู้จักการเรียนรู้ และใช้ข้อมูลในการคิด วิเคราะห์ เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคิในงานที่ปฏิบัติรวมถึงการเสริมสร้างความรู้ทางธุรกิจให้กับพนักงานเพื่อนำมาใช้พัฒนา ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน ให้มีประสิทธิภาพ จากปีที่ผ่านมาธนาคารในไทยลดสาขากว่า 300 แห่งบางสาขายุบไปพร้อมกับสาขาใกล้เคียงหรือไม่กี่ย้ายไปตั้งอยู่บนห้าง ๆ โดยธนาคารที่ปิดสาขามากที่สุดคือ ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ปิดสาขาไป 136 สาขา รองลงมาคือธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ปิดไป 100 สาขา และธนาคารกรุงไทย (KTB) ปิดสาขาไป 94 สาขา แต่แบงก์ใหญ่ที่เพิ่มสาขาคือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (BAY) 28 สาขา และธนาคารกรุงเทพ (BBL) เพิ่มขึ้น 25 สาขา ผู้บริหารหลายธนาคารไม่ว่าจะ KBANK SCB KTB ต่างบอกเป็นเสียงเดียวกันว่า สาขาของธนาคารต้องเปลี่ยนได้แล้ว ทั้งเปลี่ยนรูปแบบจากเดิมที่ให้บริการทุกอย่าง หันมาให้บริการเรื่องที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น ให้คำปรึกษาด้านการลงทุน เป็นที่ปรึกษาให้ SME เจาะลูกค้ากลุ่ม Wealth รวมไปถึงการพัฒนาสาขาที่มีแต่เครื่องอัตโนมัติไม่ต้องมีพนักงานในสาขา แต่การปิดสาขาไม่ได้แปลว่าธนาคารจะไม่มีจุดบริการลูกค้า เพราะธนาคารเริ่มมองหาตัวแทนเพื่อให้บริการทางการเงิน อย่าง Banking Agent เช่น ไปรษณีย์ไทย ที่เป็นตัวแทนให้บริการรับฝากเงินจากหลายธนาคาร ตั๋วเติมที่ร่วมมือกับ BAY และร้านสะดวกซื้ออย่าง 7-Eleven ที่รับฝาก-ถอนเงิน รวมไปถึงความร่วมมือกับเทเลคอม เช่น AIS ร่วมกับแบงก์ CIMB Thai เปิด Beat Banking ธนาคารดิจิทัลขึ้นมาเนื่องจากการแข่งขันไม่ได้มีเพียงแบงก์ด้วยกันเท่านั้น แต่ยังมีธุรกิจรายใหญ่ด้านเทคโนโลยีจำนวนมากที่มีต้นทุนถูก เพราะไม่มีสาขาเหมือนแบงก์ได้เข้ามาแข่งขันให้บริการทางการเงินด้วย ดังนั้น ธนาคารจึงต้องหาวิธีรับมือด้านต้นทุนให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพสาขาธนาคารที่เปิดให้บริการจะต้องเข้าถึงไลฟ์สไตล์ ทุกกลุ่ม มากขึ้นไม่ว่าจะผู้สูงอายุ หรือคนรุ่นใหม่ ดังนั้นสาขาต้องเป็นให้มาก/กว่าสาขาธนาคาร ต้องสร้างการบริการที่เหนือระดับความคาดหวังเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่ไม่มีวันสิ้นสุดเพื่อสร้างความประทับใจต่อผู้มาใช้บริการนั่นเอง(ที่มา:ธนาคารแห่งประเทศไทย)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจผู้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจผู้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของประชากรที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการซึ่งแบ่งออกเป็น ปัจจัย 5 ด้านได้แก่ 1.ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ(Tangibles) 2.ด้านความน่าเชื่อถือ(Reliability) 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive) 4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) 5.ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 1. ด้านความเป็นรูปธรรมการให้บริการ 2. ด้านความน่าเชื่อถือ 3. ด้านการตอบสนองลูกค้า 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานในการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่ได้รับ

1.เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้มาใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง การปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการให้บริการที่ถูกต้องและครบถ้วน

2.เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจในการให้บริการของธนาคารกรุงไทยและนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาตัวแปรอื่นในครั้งต่อไป

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในศึกษางานวิจัย

การศึกษาเรื่องการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการของพาราซูรามานและคณะ(Parasuraman et al.,1985)ซึ่งสามารถวัดคุณภาพการบริการ (Measuring Service Quality : The SERVQUAL System) ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์, (2548) การวัดคุณภาพการบริการจะเน้นเกี่ยวกับงานวิจัย เริ่มต้นที่ผู้ใช้บริการเพื่อทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการ

สามารถสรุปได้เป็น 5 ด้านดังนี้ 1.ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม(Tangible) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3.ด้านตอบสนองลูกค้า(Responsiveness) 4.ด้านความเชื่อมั่นลูกค้า(Assurance) 5.ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า(Empathy) Gronroos (1990 อ้างอิงใน เบญจมา แจ้งเวชฌาย 2561 หน้า 14) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ 1. องค์ประกอบด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า หรือการบริการคือ การที่ผู้รับบริการจะรับรู้ได้ว่าสินค้าหรือการบริการที่ได้รับ มีลักษณะตามคำมั่นสัญญาของกิจกรรม หรือการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการและ 2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการคือผู้รับบริการจะรับรู้่วาวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดในการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้จึงเกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจกับผู้บริโภคอย่างแท้จริง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาโชคชัย จังหวัด นครราชสีมา เป็นการศึกษาดำเนินการเชิงสำรวจ(Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสร้างแบบสอบถาม โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอนโดยทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม จากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัด นครราชสีมา จำนวน 400 ชุดการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือผู้ทำวิจัยได้นำ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและนำมาปรับปรุง แก้ไขให้เนื้อหา มีความสมบูรณ์และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อหาค่า ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับ กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่ม ตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่า สัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) ค่าอัลฟาที่ได้จะ แสดงถึงระดับความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้าค่า α ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่าแบบสอบถาม (เครื่องมือ) มีความเชื่อมั่นสูงเครื่องมือใหม่ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ควรมีค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป พบว่า ความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .873 โดยค่าความ เชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangible) เท่ากับ 8.43 ด้านความน่าเชื่อถือ(Reliability) เท่ากับ 8.50 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เท่ากับ 8.45 ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า (Assurance) 8.40 ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า 8.53 (Empathy) ดำเนินการเก็บเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อนำวิเคราะห์ข้อมูล 1.ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่า ร้อยละ (Percentage) 2. ข้อมูลความสำคัญของตัวแปรปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยวิธีแบบสเกล (Likert Scale)แสดงลำดับเป็นตัวแปรแบบช่วง (Interval Scale)ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้ระดับที่ 1

น้อยที่สุด ถึงระดับที่ 5 มากที่สุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 3.ข้อมูลระดับความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยวิธีแบบสเกล (Likert Scale) แสดงลำดับเป็นตัวแปรแบบช่วง (Interval Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้ระดับที่ 1 น้อยที่สุด ถึงระดับที่ 5 มากที่สุดโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจการใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment correlation coefficient)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และรองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาอยู่ในสถานภาพสมรส จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และรองลงมาอยู่ในสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาจบระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาจบระดับการศึกษามัธยมต้น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และรองลงมาจบระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

อาชีพกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น เกษตรกร แม่บ้าน เป็นต้น จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และรองลงมาเป็นนักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ตามลำดับ

รายได้กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้/เดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมามีรายได้ 20,000-30,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมามีรายได้ 5,000 -10,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และรองลงมามีรายได้ 30,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, $SD = .413$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.45$, $SD = .456$) ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.43$, $SD = .476$) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.38$, $SD = .524$) ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .586$) และด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .481$) ตามลำดับ เมื่อนำมาวิเคราะห์ในแต่ละด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ(Tangible) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .481$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ดังนี้ ทำเลที่ตั้งธนาคารสะดวกต่อการมาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.62$, $SD = 0.654$) พนักงานแต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย เหมาะสมต่อการให้บริการ($\bar{X} = 4.47$, $SD = 0.693$) ธนาคารจัดเก้าอี้สำหรับรอคิวไว้เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.764$) ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.708$) ธนาคารมีป้ายแนะนำขั้นตอนและจุดบริการชัดเจน ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.708$) ธนาคารจัดสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ชัดเจน ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.883$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, $SD = .456$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ดังนี้ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามข้อกำหนดของธนาคาร ($\bar{X} = 4.54$, $SD = .636$) พนักงานปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต ($\bar{X} = 4.48$, $SD = .633$) พนักงานไม่เปิดเผยข้อมูลของท่านแก่บุคคลภายนอก($\bar{X} = 4.45$, $SD = .670$) พนักงานทำรายการได้ถูกต้อง แม่นยำ ($\bar{X} = 4.42$, $SD = .648$) พนักงานปรับปรุงรายการให้ทันทีเมื่อพบว่าทำรายการผิดพลาด ($\bar{X} = 4.35$, $SD = .714$) ตามลำดับ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38, SD = .524$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ดังนี้ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ ($\bar{X} = 4.52, SD = .671$) พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลารอที่แสดงบนบัตรคิว ($\bar{X} = 4.41, SD = .666$) พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 4.37, SD = .751$) มีพนักงานบริการระหว่างรอคิว ($\bar{X} = 4.22, SD = .844$) ตามลำดับ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43, SD = .476$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ดังนี้ พนักงานมีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.51, SD = .668$) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สาขา ($\bar{X} = 4.45, SD = .635$) พนักงานนับเงินต่อหน้าลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.42, SD = .681$) พนักงานให้บริการด้วยความมีมารยาท สุภาพ อ่อนน้อม ($\bar{X} = 4.39, SD = .665$) พนักงานสามารถอธิบายข้อสงสัยและรายละเอียดได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.38, SD = .681$) ตามลำดับ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36, SD = .586$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ ดังนี้ พนักงานบริการดูแลเอาใจใส่ด้วยความเต็มใจในการให้บริการลูกค้า ($\bar{X} = 4.53, SD = .645$) พนักงานให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.30, SD = .820$) พนักงานสามารถจดจำท่านและข้อมูลต่างๆของท่านได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.25, SD = .756$) และมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37, SD = .514$) เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับข้อได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่ธนาคารได้จัดเตรียมไว้ให้บริการ เช่น สถานที่จอดรถ สถานที่นั่งรอคิว อุปกรณ์ต่างๆ ($\bar{X} = 4.44, SD = .770$) ผู้ใช้บริการพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็วของพนักงานธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย ($\bar{X} = 4.41, SD = .691$) ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในความรู้ ความเชี่ยวชาญของพนักงานธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย ($\bar{X} = 4.38, SD = .683$) และ ผู้ใช้บริการพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่พนักงานแนะนำมีความเหมาะสมตรงต่อความต้องการของท่าน ($\bar{X} = 4.33, SD = .757$) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางแสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment correlation coefficient) ของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	ระดับความสัมพันธ์	
	r	P-Value
ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ	.263**	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	.158**	.002
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	.118*	.019
ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า	.251**	.000
ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า	.351**	.000
รวม	.737**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการกับการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่าความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ,ด้านความน่าเชื่อถือ,ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า,ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า,ด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูงต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมาที่ระดับนัยสำคัญ ($r = .737 < 0.01$) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ในแต่ละข้อ พบว่า ปัจจัยด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .351 < 0.01$), ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = .263 < 0.05$),ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ($r = .251 < 0.01$), ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = .158 < 0.01$),ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ($r = .118 < 0.01$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การทดสอบสมมติฐานที่1 ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 กล่าวคือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้าน ทำเล ที่ตั้งธนาคารสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.62 เนื่องจากสถานที่ตั้งธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัยตั้งอยู่ในตัวอำเภอโชคชัย ทำให้สะดวก

ต่อการเข้ามาใช้บริการ รองลงมา พนักงานให้บริการแต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย เหมาะสมต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.47 เนื่องจากธนาคารมีการกำหนดเรื่องของการแต่งกายที่สุภาพ พร้อมสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มให้ถูกต้องตามวันทำการ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสาขาในทางที่ดี รองลงมาธนาคารจัดเก้าอี้สำหรับรอคิวไว้เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.33 เนื่องจาก ทางสาขาจึงได้จัดเตรียมเก้าอี้เสริมไว้เพื่อรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวนมาก ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.31 เนื่องจาก ธนาคารมีนโยบายในการจัดซื้อ วัสดุ อุปกรณ์ พร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัยและสามารถตรวจสอบตัวตนของผู้มาใช้บริการได้ ธนาคารมีป้ายแนะนำขั้นตอนและจุดบริการชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.25 เนื่องจากสาขาได้มีการวางแผนและจัดเตรียมระบบขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อความสะดวกรวดเร็วต่อผู้มาใช้บริการและมีระมัดระวังเห็นลำดับสุดท้าย ด้านธนาคารจัดสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.20 เนื่องจากมีผู้มาใช้บริการธนาคารเป็นจำนวนมากจึงส่งผลให้สถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ดังนั้นธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัยดำเนินการปรับปรุงการให้บริการในเรื่องของสถานที่จอดรถต่อผู้มาใช้บริการได้อย่างเพียงพอ จะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจต่อธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทรสุวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านรูปลักษณะ ในเรื่องของวัสดุ อุปกรณ์ภายในธนาคาร มีความทันสมัย สถานที่ตั้งสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม สะอาด กว้างขวาง ไม่แออัด และธนาคารมีการจัดเตรียมเอกสาร ข้อมูลต่างๆไว้อย่างชัดเจน และตามแนวคิดของนิติพล ภูตะโชติ (2551) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ คือ การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้ อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ด้าน ท่าเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการ ที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้อง เสียเวลารอนาน เพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 กล่าวคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านพนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามข้อกำหนดของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.54 เนื่องจาก ธนาคารได้มีการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร ระเบียบการปฏิบัติงาน ผ่านช่องทางบนระบบงานของธนาคารเพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานได้ถูกต้อง,พนักงานปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต มีค่าเฉลี่ย 4.48 เนื่องจาก ธนาคารได้มีแนวทางในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ทนต่อการทุจริต(Zero Tolerance)และลดการทุจริตในองค์กร, พนักงานไม่เปิดเผยข้อมูลของท่านแก่บุคคลภายนอกมีค่าเฉลี่ย 4.45 เนื่องจาก ธนาคารได้มีการออกกฎระเบียบการปฏิบัติงาน พนักงานไม่เปิดเผยข้อมูลลูกค้าต่อบุคคลภายนอก,พนักงานทำรายการได้ถูกต้อง แม่นยำพนักงานทำรายการได้ถูกต้อง แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.42 เนื่องจาก พนักงานทุกคนของธนาคารปฏิบัติงานจะต้องคำนึงถึงสิ่งที่ถูกต้องมาก่อนเรื่องของการ

ให้บริการอย่างรวดเร็ว และนำประสบการณ์ข้อผิดพลาดมาใช้พัฒนาการบริการ เพื่อการสร้าง ความน่าเชื่อถือต่อผู้มาใช้บริการ, พนักงานปรับปรุงรายการให้ทันทีเมื่อพบว่าทำรายการผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย 4.35 กล่าวคือ พนักงานให้บริการยังพบข้อบกพร่องในขั้นตอนการปฏิบัติงานซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้มาใช้ บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุพาวรรณ วรณวณิชย์,(2548) กล่าวว่าความน่าเชื่อถือจะ สะท้อนมาจากความสม่ำเสมอและความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัท บริษัทสามารถรักษาระดับ การให้บริการได้ตลอดเวลาหรือไม่คุณภาพมีการแปรไปตามการให้บริการแต่ละครั้งหรือไม่ บริษัท ให้บริการตามที่สัญญาว่าหรือไม่ การเรียกเก็บค่าบริการมีความถูกต้องหรือไม่ การบันทึกข้อมูลมีความ ถูกต้องหรือไม่มีอะไรสร้างความขุ่นข้องใจให้กับลูกค้าบ้างนอกจากการให้บริการ ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภค พร้อมที่จะจ่ายเงินถ้าผู้ให้บริการสามารถแสดงออกให้เห็นว่าเขาได้รับบริการตามที่สัญญาไว้ ดังนั้น พนักงานบริการสาขาต้องให้ความสำคัญในการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้มาใช้บริการให้มากขึ้น อีกทั้งอาจเกิดจากกระแสข่าวทุจริตของพนักงาน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการขาดความเชื่อถือ ต่อการใช้บริการ ธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย บัซเซิลและเกลล์ (Buzzle and Gale, 1985 อ้างถึงในอนุวัฒน์ ศุภชุติกุล และคณะ, 2542: 2-3) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้ คุณภาพการ ให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่ เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้การบริการเกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร อย่างไรก็ดี ลูกค้า หรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความ ประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามี ความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้าน พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ เนื่องจากพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลารอที่แสดงบนบัตรคิวโดยสาขาได้มีการจัดระบบการบริหาร เวลาระหว่างรอคิวสำหรับลูกค้าที่ทำรายการหลายรายการโดยการเปิดรับคิวต่อไปสลับการทำรายการ เพื่อไม่ให้ลูกค้ารอคิวนาน พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และมีพนักงานบริการ ระหว่างรอคิว กล่าวคือ หากธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีการบริหารจัดการ จัดสรรพนักงานต้อนรับและบริการดูแลลูกค้าระหว่างรอคิว จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ครอสบี้และสติเฟน (Crosbyephens&St, 1987) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย และแนวคิดของ ผดุงศักดิ์ สายสระสง,(2555) การตอบสนอง คือความยินดีและการมีความสามารถที่จะจัดให้มีบริการโดยฉับพลัน และเพื่อที่จะตอบสนองอย่าง รวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้า

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมา คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.51 เนื่องจากธนาคารมีจัดฝึกอบรมการพัฒนาบุคลากรในแต่ละตำแหน่งทุกปี ทำให้พนักงานในสาขามีความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างเชี่ยวชาญ รองลงมาคือ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สาขา มีค่าเฉลี่ย 4.42 เนื่องจากธนาคารมีนโยบายให้ธนาคารมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยรักษาความปลอดภัยและผู้รักษารักษาความปลอดภัยประจำสาขาอยู่ตลอดเวลาทำการของธนาคาร รองลงมา คือ พนักงานนับเงินต่อหน้าลูกค้าทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.42 เนื่องจาก เป็นการตรวจสอบรายการให้มีความถูกต้องและครบถ้วนทุกครั้ง รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความมีมารยาท สุภาพ อ่อนน้อมมีค่าเฉลี่ย 4.39 เนื่องจากและพนักงานสามารถอธิบายข้อสงสัยและรายละเอียดได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ หากธนาคารมีการจัดสัมมนา ฝึกอบรมในการเพิ่มทักษะ ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจต่อธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในเรื่องพนักงานมีมารยาทสุภาพและบริการด้วยความเสมอภาคมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องพฤติกรรมของพนักงานสร้างความน่าเชื่อมั่นในการให้บริการ ส่วนเรื่องที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือพนักงานสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารบริการของธนาคารได้อย่างถูกต้อง

การทดสอบสมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างปัจจัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ พนักงานบริการดูแลเอาใจใส่ด้วยความเต็มใจในการให้บริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.53 เนื่องจากธนาคารให้ความสำคัญและเน้นในเรื่องของการให้บริการเป็นด้วยหัวใจเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงการดูแลเอาใจใส่จากพนักงาน รองลงมาเรื่อง พนักงานให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.30 เนื่องจากธนาคารได้ยึดหลักการลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการจำแนกกลุ่มลูกค้า กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หาความต้องการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการ ของลูกค้าทั้งลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดการบริการ การสร้าง ความพอใจให้กับลูกค้า จนลูกค้ามีความพึงพอใจ และลำดับสุดท้ายคือ พนักงานสามารถจดจำท่านและข้อมูลต่างๆของท่านได้เป็นอย่างดี เนื่องจากธนาคารมีเทคนิคในการ

สร้างความสำคัญให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกเสมือนลูกค้าเป็นคนสำคัญโดยให้พนักงานให้บริการจดจำชื่อของผู้มาใช้บริการได้ทั้งนี้ หากพนักงานให้บริการเพิ่มความใส่ใจในการให้บริการลูกค้าให้บริการด้วยความเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจต่อการใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาโชคชัยโดยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาจารย์ นามวัฒน์ (2557) การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน กรณีศึกษา สายการบินไทย แอร์ เอเชีย สถานี เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินที่มีความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร สามารถเข้าใจความต้องการของผู้โดยสารได้ อีกทั้งสามารถอธิบายข้อซักถามของผู้โดยสารให้เข้าใจง่าย

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่มีพนักงานคอยให้บริการผู้มาใช้บริการระหว่างนั่งรอเรียกคิว ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกรอคิวนาน ดังนั้นสาขาควรมีการจัดสรรพนักงานเข้าไปบริการ น้ำดื่ม ลูกอม เพื่อลดเวลาในการรอคิว

2. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีจำนวนพนักงานให้บริการในสาขาไม่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกใช้เวลาในการเข้ามาใช้บริการในแต่ละครั้ง ดังนั้นทางสาขาควรเพิ่มพนักงานให้บริการหรือหาแนวทางการในการปฏิบัติงานให้มีความรวดเร็วเร็วขึ้น เช่น การเปิดช่องทางการให้บริการพิเศษ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจต่อผู้บริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาโชคชัยจังหวัดนครราชสีมา

2. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงคุณภาพเพื่อที่จะทราบว่าผู้บริการมีความรู้สึกอย่างไรและมีความต้องการอย่างไรต่อการเข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขาโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

บรรณานุกรม

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี : บริษัท ไทเนรมิตกิจ อินเทอร์เน็ต โปรเกรสซีฟ จำกัด

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561) ธนาคารในประเทศไทยทำการปิดสาขา. ค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561จาก <https://brandinside.asia/bank-branch-decrease-digital-banking-growth/>

เบญจมา แจ้งเวชฉาย(2561) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์,ธนิกานต์ มาฆะศิรานนท์(2548). กลยุทธ์การแข่งขันระดับโลก (พิมพ์ครั้งที่ 2) :กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บิสิต (ในเครือเอ็กเปอร์เน็ทบุ๊กส์)

พิมพ์สุชา เกตุสินธุ์ (2556) ศึกษาเรื่องความประทับใจในคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการเอเซอร์คอมพิวเตอร์ วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ศึกษาเรื่องคุณภาพให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การจัดการการตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์แสงดาว.

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ(2555) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุระวิทย์ ไชยประทุม(2554) การศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2556). การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยรามคำแหง : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อาจารย์ นามวัฒน์ (2557)การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินกรณีศึกษา สายการบินไทยแอร์ เอเชีย สถานี เชียงใหม่ วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

อรทัย เลิศวรรณวิทย์,ณัฏษ์ กุลิศร์ (2554)ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการและความภักดีด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทางการแพทย์ในเขตกรุงเทพมหานคร การตลาดดุสิตมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.