

คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

Service Quality Influencing Loyalty of Loan Service Users Of Krungthai Bank Public Company Limited Roi Et Branch

สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม* กิตติชัย เจริญชัย ธารีรัตน์ ขุฬุลิ่ง

Suwit Wongkhasum* Kittichai Jaroenchai Thareerat Khulilung

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*^{2,3}

Business Administration Program, Faculty of Management Science Rajabhat

Maha Sarakham University

s.wongkhasum@gmail.com

Received: July 31, 2023

Revised: October 6, 2023

Accepted: December 1, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จำนวน 385 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด อยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การศึกษาคุณภาพการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท โดยให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D = 0.49) เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.39$, S.D = 0.57) ด้านความเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.38$, S.D = 0.53) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.32$, S.D = 0.51) และด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.30$, S.D = 0.48) ตามลำดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D = 0.46)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.33$, S.D = 0.50) และด้านทัศนคติของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.25$, S.D = 0.49) ตามลำดับ.

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความจงรักภักดี สินเชื่อธนาคารกรุงไทย

Abstract

This research's objective was to study 1) relationship between the service quality and the loyalty of the loan customers of Krungthai Bank of Roi Et Branch and 2) the level of a service quality and loyalty of loan customers in question. The sample group was 385 loan customers of Krungthai Bank of Roi Et Branch selected by using accidental Sampling. A questionnaire was used to collect data which were analyzed in percentage, mean, standard deviation. Multiple regression was used in testing the determined hypothesis of this research.

The research findings revealed a positive correlation between the service quality and the loan customers' loyalty to Krungthai Bank in the study at a very high level. Considering each of the aspects, it was found that customer Response was at the highest; tangibility was the second, and service mindedness was the third with a statistical significance level of 0.05. It was also found that most of the samples were men, aged between 31-40; they had a bachelor's degree, worked in government and state enterprise sections, had an average monthly income of 30,001–50,000 baht. It was also found that the service quality was overall at the highest level ($\bar{X} = 4.36$, S.D = 0.49). it was followed by the response to the service recipients ($\bar{X} = 4.39$, S.D = 0.57), cares and attention ($\bar{X} = 4.38$, S.D = 0.53), service tangibility ($\bar{X} = 4.32$, S.D = 0.51), and reliability ($\bar{X} = 4.30$, S.D = 0.48). an opinion on the loyalty was at the highest level ($\bar{X} = 4.29$, S.D = 0.46). concerning individual aspects, the consumers' behaviour was ranked first ($\bar{X} = 4.33$, S.D = 0.50), followed by the consumers' attitude ($\bar{X} = 4.25$, S.D = 0.49).

Keywords: Service Quality, Loyalty, Krungthai Bank Loans

บทนำ

ระบบสถาบันการเงินทำหน้าที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจ โดยเป็นตัวกลางระดมเงินทุนและจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมทั้งให้บริการทางการเงินและชำระเงินหลากหลายรูปแบบ ดังนั้น ระบบสถาบันการเงินที่พัฒนา มีประสิทธิภาพ และมีเสถียรภาพย่อมสนับสนุนให้เศรษฐกิจ

เติบโตได้อย่างยั่งยืน ธนาคารพาณิชย์เป็นศูนย์กลางหลักในการระดมเงินฝากจากผู้ฝากเงินเพื่อปล่อยสินเชื่อแก่ภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ โดยธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ ธปท. ตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 คือ ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ และสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่ง ธปท. ได้พิจารณาอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ทำธุรกิจอื่นเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมให้ธนาคารพาณิชย์สามารถแข่งขันและประกอบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับการพัฒนาของระบบเศรษฐกิจการเงิน ตลอดจนสนับสนุนให้ธนาคารพาณิชย์มีส่วนร่วมในการสนับสนุนการพัฒนาตลาดทุน โดยธุรกิจที่ได้รับการอนุญาตเพิ่มเติม เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ ประกันภัย เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 ธนาคารดำเนินธุรกิจโดยยึดตามแผนปฏิบัติการ 5 เสาหลักสำคัญ (5 Execution Pillars) อย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “กล้าเปลี่ยน เพื่อก้าวหน้า” (Courage to Change) โดยมุ่งการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการดังกล่าว ให้ลึกซึ้ง เร็วขึ้น ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์มากขึ้น ทั้งเรื่องการประกอบกิจการเติบโตของธุรกิจหลักที่เป็นธุรกิจเดิมให้เติบโตต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ การสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานแบบเดิม นำกระบวนการใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ให้เป็น Paperless Organization การต่อยอดจากธุรกิจจากลูกค้าของลูกค้านักด้วยกลยุทธ์ X2G2X ที่เชื่อมโยงกันด้วยประสิทธิภาพของเทคโนโลยี (Digital Supply Chain) รวมทั้งการทำงานร่วมกันและประสานการดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนของธนาคารและบริษัทในกลุ่มธุรกิจของธนาคารกรุงไทยในลักษณะ One Krungthai พร้อมเปิดกว้างร่วมมือกับพันธมิตรทุกกลุ่ม ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบ “Total Solutions” ให้ครอบคลุมทุกกิจกรรมในชีวิตของลูกค้าประชาชน สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด เพื่อให้มีชีวิตดีขึ้นอย่างทั่วถึงและยั่งยืน อันจะนำไปสู่การยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธนาคารที่ก้าวหน้าคู่เทียบที่จะสร้างการเติบโตด้านรายได้และผลตอบแทนอย่างยั่งยืนในอนาคต (Krungthai Sustainability) (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2566)

ในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันในเรื่องของการบริการสูงมาก ซึ่งการให้บริการที่เป็นเลิศจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ (โมลี ชุกกลิ่นหอม, 2564) การบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่ จะเห็นได้ว่าการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวัน เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปตามค่านิยม ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการการบริการที่ดี รวดเร็วและง่าย จะเห็นได้ว่าปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะแข่งขันในเรื่องมาตรฐานสินค้าแล้ว การแข่งขันด้านการให้บริการที่เป็นเลิศถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญ (สุดารัตน์ ทองดี, 2563)

คุณภาพการบริการนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถที่จะจับต้องได้ เป็นการตอบสนองในการให้บริการที่ได้ตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือเกินความต้องการของลูกค้า เป็นการประเมินของผู้ที่ได้รับการบริการ เมื่อลูกค้าได้รับบริการตามความคาดหวังก็จะรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจให้บริการที่สามารถให้บริการให้กับผู้ใช้บริการอย่างหลากหลายในการส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพนั้น จะชีวิตได้จากบริการที่ตามความคาดหวังให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการแบบ SERVQUAL Model เป็นแนวคิดที่นิยมมากที่สุด โดยแนวคิดนี้มีมิติในการประเมิน 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้

ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1985; 1990 อ้างใน เมนาท บรรเทาทุกข์ และ นลินี เหมาะประสิทธิ์, 2564)

ความจงรักภักดีเป็นทัศนคติในเชิงบวกของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร มีความ สื่อสัตย์ มีความเชื่อถือ มีความไว้วางใจ มีการอุปถัมภ์ ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นว่าธนาคารจะสามารถ ตอบสนองความปรารถนาของผู้ใช้บริการ ได้ตรงใจผู้บริการ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผู้ใช้บริการจะเกิด ความสัมพันธ์ในระยะยาว ก็จะทำให้ผู้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ โดยการสร้างกล ยุทธ์การตลาดเพื่อให้เกิดความจงรักภักดี เครื่องมือวัดระดับความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer's Loyalty) โดยแนวคิดนี้มีมิติในการประเมิน 2 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และด้านทัศนคติของ ผู้บริโภค (เมนาท บรรเทาทุกข์ และ นลินี เหมาะประสิทธิ์, 2564)

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาวิจัย เรื่องคุณภาพการบริการที่มีต่อความ จงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพ การบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด อันจะนำมาซึ่งความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ของธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

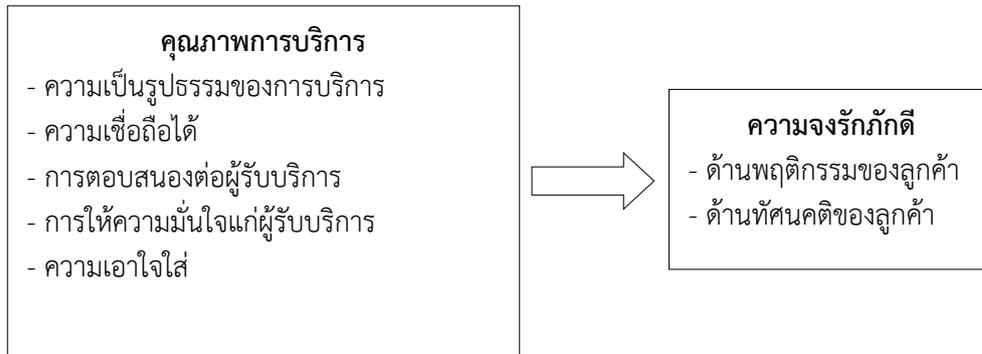
1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการบริการมีผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยจาก คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ร้อยเอ็ด ดังแสดงใน ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อบancaกรงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน
2. กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่าง สามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน เพื่อการวิเคราะห์และประมวลผล

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการทดสอบความสอดคล้องระหว่างรายการของมาตรวัด เพื่อวัดความสอดคล้องภายในของข้อคำถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการทดสอบ จำนวน 30 ชุด หลังจากที่ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบตามเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบ โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ในการประมาณค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดตัวแปรที่มีค่าตอบแบบ Rating Scale จากผลการวิเคราะห์ ถ้าพบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 (Nunnally, 1978) ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่ามาตรวัดของแบบสอบถามในแต่ละด้านมีความเชื่อถือได้และความสอดคล้องภายในของการวัด และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ของงานวิจัยฉบับนี้ มีค่าเท่ากับ 0.984

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. **ขั้นรวบรวมข้อมูล** ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีจากหนังสือ ตำราวิชาการ บทความ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อออนไลน์ เพื่อใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้ให้บริการสินเชื่อบancaกรงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จำนวน 385 คน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

2. ชั้นวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในขั้นตอนการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสินค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนานำเสนอในรูปของค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความจงรักภักดี ประกอบด้วย 2 ด้านได้แก่ ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) ด้านทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนานำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่จัดเก็บมาได้ให้อยู่ในชุดเดียวกันตามระดับของตัวแปรโดยลำดับจากค่ามากไปค่าน้อย

3.2 ค่าร้อยละ (Percentage)

3.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.4 การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA)

4. ชั้นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอผลการวิจัยโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ กับความจงรักภักดี ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวก (ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน) กับ ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

1.1 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

1.2 คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดี ของผู้ให้บริการสินเชื่อบancaกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด พบว่า ตัวแปรที่มีต่อความจงรักภักดีมากที่สุดคือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ รองลงมาเป็น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามลำดับ แสดงในตารางที่ 1 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อบancaกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบ ขั้นตอน Stepwise Multiple Regression Analysis)

Predictors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.993	.111		8.921	.000*		
RES	.254	.048	.318	5.285	.000*	.212	4.725
TAN	.247	.047	.276	5.283	.000*	.282	3.552
EMP	.254	.053	.297	4.832	.000*	.202	4.941
N = 385 R = 0.841 , R ² = 0.708 , Adjusted R ² = 0.706 , SEEST = 0.247 , F = 23.349							

หมายเหตุ: *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อบancaกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด พบว่า การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่ดีหรือ ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยใช้การทดสอบเอฟ (F-test) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามตัวแปร คือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (RES) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TAN) และ ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ (EMP) สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.841 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งสามตัวแปรมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อบancaกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด หรือตัวแปรสูงมาก

2. สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ ที่มีต่อความจงรักภักดี ประกอบด้วย พฤติกรรมของผู้บริโภคทัศนคติของผู้บริโภค ของผู้ให้บริการสินเชื่อบancaกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D = 0.49) เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.39$, S.D = 0.57) ด้านความเอา

ใจใส่ ($\bar{X} = 4.38$, S.D = 0.53) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.32$, S.D = 0.51) และด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.30$, S.D = 0.48) ตามลำดับ

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.33$, S.D = 0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทัศนคติของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.25$, S.D = 0.49) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด ดังนี้

1. การวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

สมมติฐานที่ 1: คุณภาพการบริการมีผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด หมายความว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด ควรให้ความสำคัญในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เช่น ส่งเสริมให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการอย่างทันท่วงที ให้บริการโดยไม่เคยปฏิเสธลูกค้าในการให้บริการ พัฒนาให้พนักงานมีความกระตือรือร้น มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ส่งเสริมให้พนักงานมีมารยาทอ่อนน้อม และให้การช่วยเหลือลูกค้า พัฒนาการให้บริการที่รวดเร็ว มีการอนุมัติสินเชื่อที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และพัฒนาพนักงานสามารถตอบข้อซักถามต่าง ๆ ของลูกค้าได้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เช่น เสริมสร้างให้พนักงานให้เกียรติลูกค้าที่มาใช้บริการ พัฒนาให้พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า ฝึกอบรมหรือพัฒนาให้พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการ เช่น การที่ธนาคารมีทำเลที่ตั้งที่ดีมีความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน ปรับปรุงและออกแบบตกแต่งที่สวยงาม ให้พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สุภาพเหมาะสม พุดจาสุภาพ อภัยคยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ตั้งใจที่จะให้บริการกับลูกค้า และการติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนสังเกตได้ง่าย ที่จะนำไปใช้เพื่อการกำหนดการให้บริการของธนาคารต่อไปรวมถึงให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อเกิดความจงรักภักดีกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

ข้อค้นพบของผู้วิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เมนาท บรรเทาทุกข์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์, 2564) ที่ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นและสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ธนาคารมีการจัดระบบคิวให้แก่ผู้มาใช้บริการ พนักงานมี

ความเอาใจใส่ต่อปัญหา และแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และพนักงานมีจำนวนเพียงพอ สำหรับการให้บริการ มีผลในทางบวกต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการมาใช้บริการ ธนาคารจัดที่นั่งรอเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการธนาคารจัดให้มีพื้นที่สำหรับการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ อย่างเพียงพอ บริเวณภายในธนาคารมีแสงสว่างและเครื่องปรับอากาศที่เพียงพอ พนักงานให้ความช่วยเหลือผู้ให้บริการอย่างเต็มที่ และพนักงานมีการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย มีผลในทางบวกต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการทุกระดับที่เสมอภาค และเท่าเทียมกันพนักงานมีการติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการเมื่อพนักงานให้บริการเสร็จสิ้น พนักงานรับฟังความต้องการและปัญหาของลูกค้าด้วยความสนใจ ธนาคารมีกล่องรับความคิดเห็น หรือรับแบบการประเมินการบริการ มีผลในทางบวกต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (พัทธนันท์ ศรีทองคำ, 2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนอง ได้แก่ พนักงานไม่ทำ กิจกรรมอื่น ๆ ขณะปฏิบัติงาน พนักงานเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใด และพนักงานให้บริการรวดเร็วมีผลในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้า ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ได้แก่ บรรยากาศการทำงานในสำนักงานดี ความปลอดภัยในการใช้บริการ ความสะอาดเรียบร้อยของสำนักงาน และการตกแต่งอย่างสวยงามทั้งภายในและภายนอกสำนักงานมีผลในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้า ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ได้แก่ พนักงานเต็มใจสอบถามความต้องการของลูกค้า พนักงานให้ความสนใจลูกค้าเป็นการส่วนตัว และพนักงานพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้ามีผลในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้า ดังนั้น ข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 1

ดังนั้นข้อค้นพบในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อเสนอว่า ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด ควรมีกระบวนการในการทำงานในด้านของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ได้แก่ การที่พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และให้บริการอย่างทันท่วงที พนักงานควรจะต้องไม่ปฏิเสธลูกค้าในการให้บริการ พนักงานควรจะต้องมีความกระตือรือร้น การบริการของพนักงานควรจะต้องมีความยืดหยุ่น พนักงานควรจะต้องมีมารยาทอ่อนน้อม และให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี พนักงานควรจะต้องให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย ปลอดภัย ไม่ให้รอคิวนาน ในการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารควรจะต้องเป็นไปอย่างรวดเร็ว และพนักงานควรจะต้องสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าต้องการ รองลงมาเป็น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด ควรมีกระบวนการในการทำงานในด้านของความเป็นรูปธรรมของการบริการ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทางมาธนาคาร ธนาคารควรจะต้องมีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามทันสมัย พนักงานควรจะต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สุภาพเหมาะสม พุดจาสุภาพ อธิบายคดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ตั้งใจให้บริการ ควรจะต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัยและสามารถได้รับการบริการที่รวดเร็ว ควรจะต้องมีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย ควรจะต้องมีป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจนสังเกตได้ง่าย และ

ธนาคารควรจะต้องจัดให้มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และความเอาใจใส่ผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด ควรมีกระบวนการในการทำงานในด้านของความเอาใจใส่ ได้แก่ พนักงานควรจะต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้รับบริการ พนักงานควรจะต้องให้เกียรติลูกค้าเมื่อมารับบริการกับธนาคาร พนักงานควรจะต้องมีความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าไม่ว่าลูกค้าจะเป็นลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้ารายย่อย ธนาคารควรจะต้องอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของธนาคาร และตอบสนองความต้องการของลูกค้า พนักงานควรจะต้องคอยอำนวยความสะดวกให้ด้วยความห่วงใยไม่เพิกเฉยต่อลูกค้า พนักงานควรจะต้องมีความสามารถในการจดจำลูกค้าได้เมื่อมาใช้บริการอีกครั้ง พนักงานควรจะต้องยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้ามีช่องทางให้ลูกค้าสามารถแจ้งข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะการบริการ และ พนักงานธนาคารควรจะต้องมีความสามารถที่จะเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อก่อเกิดความจงรักภักดีกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ดังนั้น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ เพื่อดำเนินงานในด้านการให้บริการต่อไปได้ เช่น เมื่อทราบกลุ่มเป้าหมายแล้ว ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถให้บริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการกับลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารต่อไป เพื่อให้การบริการที่ดีขึ้นและตรงตามความต้องการของลูกค้าธนาคารควรที่จะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท เพื่อรักษาสถานะลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าในอนาคตได้เพิ่มสูงขึ้น

2. จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นสูงสุด คือด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.41$) ดังนั้น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ในการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น เช่น พัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงานสาขา เพื่อให้ตอบข้อซักถามต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน มีความชำนาญในการทำงาน ระบบการให้บริการที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้น และ ธนาคารรับผิดชอบกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้น ธนาคารควรมีการจัดฝึกอบรมในด้านการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถของพนักงานมากขึ้น

3. จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นสูงสุด คือด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.39$) ดังนั้น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ในการตอบสนองต่อผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น เช่น ส่งเสริมให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และให้บริการอย่างทันท่วงที ให้บริการโดยไม่เคย

ปฏิเสธลูกค้าในการให้บริการ พัฒนาให้พนักงานมีความกระตือรือร้น มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ส่งเสริมให้พนักงานมีมารยาทอ่อนน้อม และให้การช่วยเหลือลูกค้า พัฒนาการให้บริการที่รวดเร็ว มีการอนุมัติสินเชื่อที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และพัฒนาพนักงานสามารถตอบข้อซักถามต่าง ๆ ของลูกค้าได้ ธนาคารควรสนับสนุนให้พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และให้บริการอย่างทันท่วงที โดยไม่ปฏิเสธลูกค้าในการให้บริการ โดยให้มีกล่องความคิดเห็น หรือ ส่งความคิดเห็นได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น คิวอาร์โค้ด โทรศัพท์ e-mail เป็นต้น เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลและส่งเสริมการให้บริการต่อไป

4. จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นสูงสุด คือ ด้านความเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.38$) ดังนั้น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น เช่น เสริมสร้างให้พนักงานให้เกียรติลูกค้าที่มาใช้บริการ พัฒนาให้พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า ฝึกอบรมหรือพัฒนาให้พนักงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ธนาคารจะต้องพัฒนาพนักงานในการให้เกียรติลูกค้าในการให้บริการ ให้มีความเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเอาใจใส่ของพนักงาน โดยการมีพนักงานต้อนรับบริเวณสาขา คอยสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ และใช้ถ้อยคำด้วยความสุภาพ

5. จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นสูงสุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.32$) ดังนั้น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ให้มีความเป็นรูปธรรมของการบริการที่ดี เช่น การที่ธนาคารมีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน ปรับปรุงและออกแบบตกแต่งที่สวยงาม ให้พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สุภาพเหมาะสม พูดจาสุภาพ อธิบายคดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ตั้งใจที่จะให้บริการกับลูกค้า และการติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนสังเกตได้ง่าย โดยธนาคารควรที่จะต้องปรับปรุงสถานที่ให้สวยงามอยู่เสมอ รวมไปถึงการแต่งกายของพนักงานเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจในการรับบริการของธนาคาร

6. จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นสูงสุด คือ ด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.30$) ดังนั้น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ในด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.30$) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น พัฒนาส่งเสริมให้พนักงานให้บริการด้วยความเป็นมิตร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พัฒนารูปแบบการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้น เสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับธนาคาร พัฒนาให้พนักงานสามารถให้ความรู้กับลูกค้าได้ พัฒนาให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหา ได้อย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย เสริมสร้างให้พนักงานมีความชำนาญ ทำงานได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ ธนาคารควรจะต้องพัฒนาเสริมสร้างให้พนักงานให้บริการด้วยความเป็นมิตร เช่น การประกวดพนักงานดีเด่นประจำเดือน ประจำปี เพื่อให้พนักงานมีการพัฒนาในการให้บริการทั้งการให้คำแนะนำหรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของผู้มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษา โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเปรียบเทียบผลการวิจัยอีกครั้งหนึ่ง
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับมิติตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจ กระบวนการให้บริการ ว่ามีผลอย่างไรกับความจงรักภักดี

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2566). รายงานประจำปี 2565. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2566, จาก <https://krungthai.com/th/investor-relations/financial-information/annual-report>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). ธุรกิจทางการเงินภายใต้การกำกับดูแลของ ธปท., สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.bot.or.th/th/our-roles/financial-institutions/Thailand-financial-institutions-and-financial-service-providers.html>
- พัทธนันท์ ศรีทองคำ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- เมนาท บรรเทาทุกข์ และ นลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564). คุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตจังหวัดพิจิตร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- โมลี ชุกลีนหอม. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพระประแดง. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง). สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2564, <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154068.pdf>
- สุดารัตน์ ทองดี. (2563). คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง).
- Nunnally. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill.