

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพพจน์การบริการของธนาคาร ฯ และศึกษาเปรียบเทียบภาพพจน์การบริการของธนาคาร ฯ จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทของการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบลูกค้ำที่มาใช้บริการ จำนวน 302 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีการหาความเที่ยง (α) = 0.99 แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 9.01

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำธนาคารมีทัศนคติต่อภาพพจน์การบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความถูกต้องในการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านระเบียบและขั้นตอนการให้บริการ ด้านความสะอาดและรวดเร็วของการให้บริการ ด้านอัตราค่าของค่าบริการ และด้านผลตอบแทน อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก สาเหตุสำคัญที่ลูกค้ำมาใช้บริการ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1. อัตราค่าของพนักงานในสาขา 2. ให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจ 3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียมต่ำกว่าธนาคารอื่น และ 4. ชื่อเสียง ความมั่นคงของธนาคาร ด้านการเปรียบเทียบพบว่า เพศและประเภทของการใช้บริการของลูกค้ำที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อภาพพจน์การบริการของธนาคารฯ ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรด้านอายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้ของลูกค้ำธนาคารที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อภาพพจน์การบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารฯ จะต้องเน้นให้พนักงานให้ความสำคัญกับตนเอง บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ
2. จัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
3. จัดให้มีบุคลากรหรือพนักงานต้อนรับคอยให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ในกรณีลูกค้ำที่มีอายุมากเข้ามาใช้บริการ และติดตามผลจนธุรกิจที่มาติดต่อเสร็จสิ้น
4. เน้นการให้บริการด้วยความเสมอภาค ถูกต้อง และรวดเร็ว