

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ผู้วิจัยจะนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
 2. วิธีดำเนินการวิจัย
 3. สรุปผลการวิจัย
 4. อภิปรายผล
 5. ข้อเสนอแนะ
- ดังรายละเอียด ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เปิดบัญชีธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม จำนวน 400 คน 8 สาขา ประกอบด้วย 1) สาขาเขียงยืน จำนวน 51 คน 2) สาขาท่าขอนยาง จำนวน 50 คน 3) สาขาโกสุมพิสัย จำนวน 48 คน 4) สาขาบรบือ จำนวน 47 คน 5) สาขานาเชือก จำนวน 34 คน 6) สาขาวาปีปทุม จำนวน 38 คน 7) สาขาพยัคฆภูมิพิสัยจำนวน 40 คน 8) สาขามหาสารคาม จำนวน 92 คน โดยการวิเคราะห์ระดับภาพลักษณ์ของธนาคาร ออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

ด้านความรับผิดชอบ วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า จากค่าสถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม โดยวิธีการพรรณนา วิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 อายุ 31-40 ปี จำนวน 132 คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 สถานภาพสมรส จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และระยะเวลาในการใช้บริการกับธนาคารออมสิน 1-5 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.72$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ($\bar{X} = 3.68$) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.63$) ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร ($\bar{X} = 3.55$) และด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับลูกค้าและประชาชนทราบ ($\bar{X} = 3.96$) ธนาคารมีนโยบายการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.76$) และธนาคารมีพนักงานให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามแก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารใส่ใจกับการสร้างและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนที่ดี ($\bar{X} = 3.86$) ธนาคารให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ อาทิเช่น ภัยน้ำท่วม ภัยหนาว และภัยแล้ง ($\bar{X} = 3.72$) และธนาคารมีการบริจาคเงินเพื่อทุนการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ($\bar{X} = 3.67$) ตามลำดับ

2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.02$) พนักงานมีความตั้งใจ ดูแลเอาใจใส่ และเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.78$) และพนักงานทำหน้าที่ทดแทนกันได้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ($\bar{X} = 3.72$) ธนาคารมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ระบบการทำงานเพื่อความทันสมัย ($\bar{X} = 3.71$) และธนาคารให้บริการโปร่งใส มีความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนทำให้สังเกตได้ง่าย ($\bar{X} = 3.76$) จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร ป้ายประกาศของธนาคารที่น่าสนใจ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ($\bar{X} = 3.71$) และธนาคารตั้งอยู่ในทำเล มีคมนาคมที่ไปมาสะดวก ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ในเขตมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 4.27$) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ($\bar{X} = 4.25$) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 4.15$) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารมีการอำนวยความสะดวกในระหว่างการเข้ารับบริการอย่างเป็นขั้นตอน ($\bar{X} = 4.37$) ธนาคารมีพนักงานที่ผลัดเวรกันในการให้บริการสำหรับลูกค้าในช่วงเวลาพัก ($\bar{X} = 4.36$) และธนาคารมีการพัฒนาระบบการบริการ เพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.36$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ

($\bar{X} = 4.36$) พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลาในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน ($\bar{X} = 4.29$) และมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการของธนาคารในสื่อต่าง ๆ เป็นประจำ ($\bar{X} = 4.35$) ธนาคารมีการนำผลการประเมินมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ($\bar{X} = 4.26$) และธนาคารมีการพัฒนาด้านการบริการเพื่อลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ

3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ในการให้บริการด้านธุรกิจเงินฝาก/ถอน ทุกประเภทต่อลูกค้าทุกคนอย่างยุติธรรมเสมอ ($\bar{X} = 4.29$) การบริการแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน ($\bar{X} = 4.24$) และพนักงานแสดงความรับผิดชอบหรือขอโทษ กรณีที่เกิดความผิดพลาดในการบริการที่ไม่เสมอภาค ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

3.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารมีพนักงานที่เพียงพอสำหรับการให้บริการ ($\bar{X} = 4.19$) ธนาคารมีการจัดเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และการบริการของธนาคารอย่างพอเพียง ($\bar{X} = 4.10$) และธนาคารมีสถานที่ให้บริการสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการอย่างพอเพียง เช่น ที่นั่ง เป็นต้น ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม พบว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน (Y) ในเขตมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.416$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน เพิ่มขึ้น 0.416 หรือ คิดเป็นร้อยละ 41.60 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อแยกพิจารณาเป็นด้าน และรายคู่ พบว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.285$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา เพิ่มขึ้น 0.285 หรือ คิดเป็นร้อยละ 28.50 ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการ

ให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_4) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.272$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพิ่มขึ้น 0.272 หรือ คิดเป็นร้อยละ 27.20 ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.235$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค เพิ่มขึ้น 0.235 หรือ คิดเป็น ร้อยละ 23.50 ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_3) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.226$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการที่มีความก้าวหน้า เพิ่มขึ้น 0.226 หรือคิดเป็นร้อยละ 22.60 และภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_2) อยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.071$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มขึ้น 0.071 หรือ คิดเป็นร้อยละ 7.10 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคามเป็นรายคู่ได้ ดังนี้

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร (X_1) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.228$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค เพิ่มขึ้น 0.228 หรือ คิดเป็นร้อยละ 22.80 รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านสถานที่ (X_2) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.166$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านสถานที่ เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค เพิ่มขึ้น 0.166 หรือ คิดเป็นร้อยละ 16.60 ภาพลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (X_3) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ

($r_{xy} = 0.140$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค เพิ่มขึ้น 0.140 หรือ คิดเป็น ร้อยละ 14.00

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร (X_1) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับก่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.250$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา เพิ่มขึ้น 0.250 หรือ คิดเป็น ร้อยละ 25.00 รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ ด้านสถานที่ (X_2) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับก่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.206$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านสถานที่เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา เพิ่มขึ้น 0.206 หรือ คิดเป็นร้อยละ 20.60 และภาพลักษณ์ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (X_4) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.141$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างทันเวลาเพิ่มขึ้น 0.141 หรือ คิดเป็นร้อยละ 14.10

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (X_5) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.056$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มขึ้น .056 หรือ คิดเป็น ร้อยละ 5.60 รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร (X_1) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.052$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งหมายความว่า เมื่อเพิ่มระดับภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร เข้าไป 1 ส่วน จะมีผลให้ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มขึ้น .052 หรือ คิดเป็นร้อยละ 5.20 และภาพลักษณ์ ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร (X_3) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.038$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ให้บริการธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า เพิ่มขึ้น .082 หรือ คิดเป็นร้อยละ 8.20

5. ผู้ใช้บริการมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการ โดยเรียงลำดับตามความถี่มากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านบุคลากร พนักงานควรให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ควรปล่อยให้ผู้ใช้บริการนั่งรอนานเกินไป (ความถี่ 38) ด้านสถานที่ เนื่องจากบริเวณที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ควรจะมีพื้นที่สำหรับจอดรถลูกค้าเพิ่มขึ้น (ความถี่ 54) ด้านนโยบายการดำเนินงาน ธนาคารควรมีนโยบายช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยให้กู้ยืมเงินลงทุนดอกเบี้ยต่ำ (ความถี่ 64) ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เจ้าหน้าที่/พนักงาน ไม่ค่อยแนะนำเรื่องการให้บริการ (ความถี่ 25) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ธนาคารควรมีการส่งเสริมให้ทุนการศึกษานักเรียนที่เรียนดีมีความประพฤติเรียบร้อยแต่ยากจน หลาย ๆ ทุนเพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคม (ความถี่ 46) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค พนักงานควรบริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ความถี่ 21) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา พนักงานควรตรงต่อเวลาในการนัดหมายผู้มาติดต่อขอใช้บริการ (ความถี่ 34) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยเรียงความสำคัญจากจำนวนความถี่มากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ธนาคารควรจัดพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอเพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการเข้าคิวรอนานในช่วงเวลาต้นเดือน (ความถี่ 21) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ธนาคารควรจัดพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอเพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการเข้าคิวรอนานในช่วงเวลาต้นเดือน (ความถี่ 21) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรจัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ ปรีกษาในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ (ความถี่ 26) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ธนาคารควรมีการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคาร (ความถี่ 46)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้ มีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ระดับภาพลักษณ์ของธนาคารธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากร ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร และด้านสถานที่ ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า ในจังหวัดมหาสารคาม มีธนาคารต่าง ๆ อยู่หลายสาขา ผู้บริหารของธนาคารมีการแข่งขันกันหาลูกค้าผู้มาใช้บริการ ธนาคารออมสินจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคิดหาวิธีการต่าง ๆ มาสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับลูกค้าและประชาชนทราบ มีนโยบายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามแก่ลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ เป็นการสร้างความคุ้นเคย

ความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า และรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะของลูกค้ามาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคาม ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ อาทิเช่น ภัยน้ำท่วม ภัยหนาว และภัยแห้งแล้ง บริจาคเงินเพื่อเป็นทุนการศึกษาผู้ด้อยโอกาสทางสังคมและช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ

ภาพลักษณ์ของบุคลากร พนักงานของธนาคารออมสินมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความเป็นกันเอง แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีความตั้งใจดูแลเอาใจใส่ให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทำหน้าที่ทดแทนกันได้เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง มีกิจกรรมรยาทในการต้อนรับดี กระตือรือร้น ขณะบริการผู้มาใช้บริการ ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร มีนโยบายให้บริการโดยยึดความพอใจของผู้รับบริการเป็นหลัก มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการทำงาน บริการด้วยความโปร่งใส เชื่อถือได้ มีผลงานในการบริการการเงินเป็นที่ยอมรับ เสมอภาคเท่าเทียมกัน และบุคลากรมีศักยภาพด้านการบริการเป็นอย่างดี และด้านสถานที่ มีป้ายชื่อธนาคารชัดเจน สังเกตได้ง่าย ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่มาใช้บริการในขณะที่รอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์วารสาร ป้ายประกาศของธนาคาร น้ำดื่ม และห้องน้ำ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเล ที่มีคมนาคมที่ไปมาสะดวก มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม บริเวณที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ การตกแต่งภายในสำนักงานได้เหมาะสม สะอาด และสวยงาม สอดคล้อง กับแนวคิดของ ธนาคารกรุงไทย (2550 : ออนไลน์) กล่าวว่า เป้าหมาย นโยบายและแนวทางปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้ธนาคารให้เดินทางไปสู่ความสำเร็จ โดยมุ่งให้ธนาคารออมสินเป็นธนาคารสะดวกให้บริการทางการเงินที่ดีที่สุด ตรงตามค่านิยมภายใต้ความหลากหลายในสถานที่วิธีการที่ง่ายต่อการเสนอขายบริการ สามารถใช้บริการ ตลอดเวลา (To Be A Convenience Bank) จุดประสงค์หลักเพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงเจริญรุ่งเรือง มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธนาคาร ลูกค้าธนาคารผู้เกี่ยวข้องกับธนาคารตลอดไป สอดคล้องกับแนวคิดของ บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2545 : 15) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง หลักจริยธรรม คุณธรรม บทบาท และหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรมที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุงและส่งเสริมให้สังคมและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ พชรวิทย์ จันทร์ศิริศิริ (2554 : 153) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากร คือกระบวนการที่นำมาฝึกฝนบุคลากรเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติค่านิยม เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและการพัฒนาตนเองเป็นกระบวนการในการเรียนรู้ ซึ่งนำเอาความรู้และแนวคิดที่ได้รับรู้ไปประยุกต์ใช้และสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของวิทยาการเทคโนโลยี ค่านิยม และวัฒนธรรมทางสังคม ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ กิติมา ปรีดีติลล (2532 : 118) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรเป็นกระบวนการหรือกรรมวิธีต่าง ๆ ที่มุ่งจะเพิ่มความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ ให้กับบุคลากรในองค์กร

ตลอดจนพัฒนาทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานให้เป็นไปในทางที่ดีมีความรับผิดชอบต่องานอันจะทำให้
งานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ สุปรีชา ทรัพย์โร (2532 : 205) กล่าวว่า
คุณลักษณะที่ดีของสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านอาคารสถานที่ว่า สถานที่ควรจะต้องมี
คุณลักษณะ ความเพียงพอด้านพื้นที่ มีบริเวณ และอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างพอเพียงความเหมาะสม
ความปลอดภัยถูกสุขลักษณะ ระยะเวลาการติดต่อใช้สอยในบริเวณธนาคารยืดหยุ่น ได้สามารถ
เปลี่ยนแปลงพื้นที่ผนังกันห้องหรืออุปกรณ์เครื่องใช้ให้ใช้ประโยชน์แก่กิจกรรมหลาย ๆ อย่าง
มีประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ อาคาร อุปกรณ์ให้ ได้ผลเต็มที่ การประหยัด การขยายตัวของบริเวณ
และอาคาร โดยมีการออกแบบที่เหมาะสม การวางผังบริเวณธนาคาร อาคารและการตกแต่งภายใน
ภายนอกให้เป็นที่ ชื่นชมแก่ผู้พบเห็น รวมทั้งการบำรุงรักษาอาคารและสถานที่ให้สวยงามและ
สะอาดอยู่เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุเทพ การุณย์ สัจจกร (2539 : 300) กล่าวว่า สถานที่ที่มี
ขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมเพียงพอ โดยมีการวางแผนออกแบบด้วยวิธีการใช้เทคนิควิเคราะห์การใช้
งาน ระบบการควบคุมสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ มีรูปแบบหรือรูปทรงที่เหมาะสมธนาคาร
การจัดบรรยากาศที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์อย่างกลมกลืนระหว่างที่ว่างและพื้นที่ใช้สอยสอดคล้อง
กับงานวิจัยของ ศศิธร ชินราช (2551 : 64) กล่าวว่า ปัจจุบันท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างสูงทั้งใน
เรื่องของเทคโนโลยีและการแข่งขันส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป คือ ผู้บริโภคมีความ
คาดหวังต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่สูงขึ้น ในราคาที่ถูกลง ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อ
สินค้าและบริการมากขึ้นธนาคาร ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้ปรับกลยุทธ์ โดยการสร้างภาพลักษณ์
องค์กรของธนาคารใหม่

2. ระดับคุณภาพการบริการลูกค้าของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม โดยรวมอยู่
ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตาม
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา
ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านการให้บริการอย่าง
เพียงพอ ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า การให้บริการเป็นการบริการตาม
ความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ ธนาคารออมสินจึงเน้นการบริการอำนวยความสะดวก
สะดวกให้ผู้ใช้บริการเข้ารับบริการอย่างเป็นขั้นตอน มีพนักงานที่ผลัดเวรกันในการให้บริการ
สำหรับลูกค้าในช่วงเวลาพัก พัฒนาระบบการบริการเพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่อง จัด
พนักงานสำหรับบริการให้คำปรึกษาการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ใช้ระบบ
เทคโนโลยีเข้ามาใช้กับระบบงานเมื่อลูกค้าไม่สามารถมารับบริการที่ธนาคาร โดยตรง ในด้านการ
ให้บริการทันเวลา ธนาคารออมสินเน้นให้พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ มีการ
ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลาในการให้บริการอย่างถูกต้อง และชัดเจน หากมีปัญหาเกิด

ขึ้นกับผู้ให้บริการธนาคารมีการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการอย่างทันที่ มีบริการอย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด พนักงานทำงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับผู้ใช้บริการเสมอ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการของธนาคารในสื่อต่าง ๆ เป็นประจำ ธนาคารมีการนำผลการประเมินของผู้ใช้บริการมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ พัฒนาการบริการเพื่อลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว และมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีการให้บริการด้านธุรกิจเงินฝาก/ถอน ทุกประเภทต่อลูกค้าทุกคนอย่างยุติธรรมเสมอ บริการแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน รับผิดชอบ หรือ ขอโทษ กรณีที่เกิดความผิดพลาดในการบริการที่ไม่เสมอภาค ให้คำแนะนำ กรณีที่เกิดความไม่ยุติธรรมในการให้บริการ จัดลำดับก่อนหลังในการบริการ ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคามมีพนักงานเพียงพอสำหรับการให้บริการ มีการจัดเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และการบริการของธนาคารอย่างพอเพียง มีสถานที่ให้บริการสำหรับผู้ใช้บริการขณะรอรับบริการอย่างพอเพียง เช่น ที่นั่ง เป็นต้น มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีวัสดุและอุปกรณ์ในการให้บริการที่เพียงพอ เช่น ปากกา กระดาษ บัตรคิว เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ จำลัทธิ บุนพลแก้ว (2556 : 11) กล่าวว่า การให้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นการบริการอย่างยอดเยี่ยมนั้นจะต้องมีพื้นฐานการให้บริการที่ถูกต้อง ดังนั้นการให้บริการด้วยความสม่ำเสมอ มีความต่อเนื่อง เช่น เวลาพักก็ควรจะให้พนักงานเปลี่ยนกันพักเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เร่งรีบ สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานวิทยบริการมหาวิทยาลัยศรีปทุม (2556 : ออนไลน์) กล่าวว่า การให้บริการอย่างต่อเนื่องหมายถึง การเปลี่ยนแปลงตามแผนหรือที่มีการกำหนดทิศทางซึ่งพฤติกรรม หรือกิจกรรม หรือการกระทำในทางที่มีคุณภาพที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง สอดคล้องกับ สมิต ธีษฎกร (2545 : 173) กล่าวว่า การให้บริการผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก โดยนำเอาความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เห็นว่าเหมาะสมดีแล้วแก่ผู้รับบริการก็ตาม แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า สอดคล้องกับ ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2545 : 12) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการให้บริการนั้นต้องการให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เปลี่ยนบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรม โดยการเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ ให้บริการที่ลดการใช้บริการอื่น ออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำระบบ Queuing มาใช้ในการบริการของธนาคาร การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานเขา แทนแรงงานของกิจกรรม อาทิ การกรอแบบฟอร์มการฝาก – ถอนเงินด้วยตนเอง เป็นต้น สอดคล้องกับ มิลเลท (1954 : 45) กล่าวว่า การให้บริการอย่างเสมอภาคหมายถึง การให้บริการอย่าง

เสมอภาค คือ ความยุติธรรมในการบริหารงานที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน และสอดคล้องกับ อำนาจ คงมีสุข (2536 : 38) กล่าวว่า การให้บริการอย่างพอเพียง หมายถึง งานที่ทำให้ผู้อื่นเกิดความสะดวกรวดเร็ว ได้รับการด้วยความต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอจนลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็ความสะดวกทาง ด้านสถานที่ให้บริการ ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ เป็นต้น

3. ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.416$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในมุมมองของผู้ใช้บริการมีคุณภาพการให้บริการในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีการให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการผู้ให้บริการทุกคนอย่าง เสมอภาค การให้บริการก้าวหน้า มีการนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใชับริการอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับ วาสนา จันทร์สว่าง (2548 : 59) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา สอดคล้องกับ โกวิท ธิพิไพศาล (2548 : 23) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมต้องมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546 : 35) กล่าวว่า การจะให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด การให้บริการไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการบริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอ สนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับแนวทางปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน และสอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 120) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคามเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านบุคลากร ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ด้านบุคลากรค่อนข้างมาก ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า เพราะพนักงานทุกคน แต่งกายสุภาพเรียบร้อยพนักงานมีความตั้งใจดูแลเอาใจใส่และเต็มใจที่จะให้การบริการแก่ลูกค้า พนักงานทุกคนทำหน้าที่ทดแทนกันได้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง พนักงานมีกิจกรรมายาในการต้อนรับดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความเป็นกันเอง มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้นขณะบริการลูกค้า สอดคล้องกับ กาญจนา นาคสกุล (2547 : 70) กล่าวว่า ภาพลักษณ์หมายถึงภาพของบุคคล องค์กร สถาบัน เป็นต้น ที่เกิดขึ้นในใจของคน มักเป็นภาพที่เกิดจากจากลักษณะการกระทำ ความประพฤติหรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร และสอดคล้องกับ ชาญชัย อาจินสมาจารย์ (2538 : 10) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากร เป็นการส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการทำงานดีขึ้น ตลอดจนมีทัศนคติในการทำงานอันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หรือเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมและเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติ และวิธีการทำงานอันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน

ด้านสถานที่ ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ด้านสถานที่ค่อนข้างมาก ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า เพราะธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคาม มีป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนทำให้สังเกตได้ง่าย ธนาคารจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการรองรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์วารสาร ป้ายประกาศของธนาคารที่น่าสนใจ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมที่ไปมาสะดวก มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ มีการตกแต่งภายในสำนักงานได้เหมาะสมสวยงาม สะอาด มีป้ายแสดงแผนงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับ สุเทพ การุณย์สัจจกร (2539 : 300) กล่าวว่า สถานที่มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมเพียงพอ โดยมีการวางแผนออกแบบด้วยวิธีการใช้เทคนิควิเคราะห์การใช้งาน มีระบบการควบคุมสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ มีรูปแบบหรือรูปทรงที่เหมาะสมธนาคาร การจัด บรรยากาศที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์อย่างกลมกลืนระหว่างที่ว่างและพื้นที่ใช้สอย

ด้านเป้าหมาย ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ด้านเป้าหมายอยู่ในระดับ

ปานกลาง ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารออมสินในเขตมหาสารคามมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับลูกค้าและประชาชนทราบ ธนาคารมีนโยบายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จัดพนักงานให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามแก่ผู้ใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสร้างความคุ้นเคย ความเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและนำมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ สอดคล้องกับธนาคารกรุงไทย (2550 : ออนไลน์) กล่าวว่า การสร้างธุรกิจ ธนาคารมุ่งขยายสินเชื่อรองรับความต้องการสำหรับหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่มีศักยภาพ การให้บริการกลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่แบบเชิงรุก การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับลูกค้า SME รักษาและขยายฐานเงินฝากกับทุกภาคธุรกิจตลอดจน การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเงินฝากโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารใส่ใจกับการสร้างและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ อาทิเช่น ภัยน้ำท่วม ภัยหนาว และภัยแล้ง มีการบริจาคเงินเพื่อทุนการศึกษา แก่ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม มีนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการจัดสรรทุนเพื่อช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับ พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล (2546 : 21) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง บทบาทภาระหน้าที่ตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรมของบุคคล กลุ่มบุคคลสมาชิกของสังคม หรือของประเทศรวมถึง นโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือปรับปรุง และส่งเสริมให้สภาพสังคมโดยรวมดีขึ้น และสอดคล้องกับ ชงชัย สันติวงษ์ (2546 : 96-98) กล่าวว่า การรับผิดชอบต่อสังคมคือ การยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อทั้งสองทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจและการรับผิดชอบต่อสังคมในแง่ของความรับผิดชอบต่อสังคมในทางเศรษฐกิจนั้นคือ การมุ่งทำกำไรและเพิ่มส่วนทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึงการมุ่งสนใจต่อปัญหาทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แต่ขอบเขตการเข้าไปช่วยแก้ไข ปัญหาทางสังคมนี้จะถูกจำกัดโดยจะมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้นตามรูปแบบนี้ องค์กรจะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่ทำกิจกรรมทางสังคมและหรืออาจเข้าไปสนับสนุน โดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานของตนออกไปร่วมมีบทบาท

ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพลักษณ์ด้าน

นโยบายการดำเนินการของธนาคารอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารให้บริการผู้ใช้บริการ โดยยึดความพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ระบบการทำงานเพื่อความทันสมัย ให้บริการ โปร่งใส มีความเชื่อถือได้ สร้างผลงานในการบริการการเงินให้เป็นที่ยอมรับ ให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียม มีศักยภาพของบุคลากรด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ ธนาคารกรุงไทย (2550 : ออนไลน์) กล่าวว่า นโยบายการดำเนินงาน ต้องให้ความรู้สึกเชื่อมั่นได้ว่า สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม ไม่คดโกงหรือเอาเปรียบลูกค้าและสังคม การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร โดยรวมนอกจากมีความสำคัญและส่งผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการแล้ว ยังก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีอันเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจหรือองค์กร ได้เป็นอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารองค์กรจะต้องคำนึงถึงและพยายามรักษาให้คงอยู่ตลอดไป

ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลาในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นมีการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้ บริการอย่างทันทั่วทั้ง ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด และส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามกำหนด สอดคล้องกับ จริยา บุญยะประภัสสร (2552 : 45) กล่าวว่า การบริการที่ตรงต่อเวลาหมายถึง ความตั้งใจแน่วแน่ในการปฏิบัติงานและดำเนินการกิจที่รับผิดชอบให้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด โดยการส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดตรงต่อเวลา พร้อมทั้งสามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาอุปสรรค รวมทั้งกำหนดพัฒนากลยุทธ์หรือ นโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลผลิต และผลลัพธ์อย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับ ศรีัญญา ส่งศรี (2551 : 65) กล่าวว่า การบริการที่ตรงต่อเวลา ต้องมีความตั้งใจมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และตั้งใจในการพัฒนาความสามารถทั้งในสายงานและนอกสายงาน เพื่อนำความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เพิ่มพูนขึ้น มาใช้ในการให้คำแนะนำหรือปรึกษาแก่ผู้ร่วมงาน รวมทั้งวิเคราะห์ คิดออกแบบ และปรับปรุงการดำเนินงาน และการให้บริการที่รับผิดชอบ รวมทั้งหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารมีการอำนวยความสะดวกในระหว่างการเข้ารับบริการอย่างเป็นขั้นตอน มีพนักงานสลับเวรกันในการให้บริการสำหรับลูกค้าในช่วงเวลาพัก พัฒนาระบบการบริการเพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่อง จัดพนักงานสำหรับบริการให้คำปรึกษาการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ตลอดเวลา มีการใช้ระบบ

เทคโนโลยีเข้ามาใช้กับระบบงานเมื่อลูกค้าไม่สามารถมารับบริการที่ธนาคารโดยตรง สอดคล้องกับ มิลเลท (1954 : 45) กล่าวว่า การให้บริการอย่างต่อเนื่องหมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ และสอดคล้องกับสำนักงานวิทยบริการมหาวิทยาลัยศรีปทุม (2556 : ออนไลน์) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึงการเปลี่ยนแปลงตามแผนหรือที่มีการกำหนดทิศทางซึ่งพฤติกรรม หรือกิจกรรม หรือการกระทำในทางที่มีคุณภาพที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง

ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารให้บริการด้านธุรกิจเงินฝาก/ถอน ทุกประเภทต่อผู้ใช้บริการทุกคนอย่างยุติธรรมเสมอ บริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน พนักงานแสดงความรับผิดชอบหรือขอโทษ กรณีที่เกิดความผิดพลาดในการบริการที่ไม่เสมอภาค ผู้บริหารธนาคารให้คำแนะนำ กรณีที่เกิดความไม่ยุติธรรมในการให้บริการและบริการแก่ลูกค้าตามลำดับก่อนหลัง สอดคล้องกับ ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2545 : 12) กล่าวว่า การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึงการให้บริการที่เท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติและให้การบริการแก่ลูกค้าตามลำดับก่อนหลังด้วยความยุติธรรม และสอดคล้องกับ สมิต สัจฉกร (2546 : 51) กล่าวว่า การให้บริการอย่างเสมอภาคหมายถึงการปฏิบัติงานที่กระทำหรือ ติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียมกันให้เป็นการบริการอย่างเดียวกัน โดยมุ่งหวังให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคาม ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคามมีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการของธนาคารในสื่อต่างๆ เป็นประจำ นำผลการประเมินมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ธนาคารมีการพัฒนาด้านการบริการเพื่อลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และมีการประเมินความพึงพอใจในการบริการ สอดคล้องกับ วิจัย รัชญาภาณิชย์ (2554 : 5) กล่าวว่า การให้บริการอย่างก้าวหน้าหมายถึง การให้บริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การบริการนั้นจะต้องมีความทันสมัย โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจในระบบงาน มีสิ่งหนึ่งในการให้บริการอย่างพอเพียง เช่น การใช้บัตรคิวที่ลูกค้ากดตามลำดับ เพื่อเวลาการรอคอยในการบริการเป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ จริยา เรือนแก้ว (2550 : 13) กล่าวว่า การให้บริการคือ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความ

ถูกต้องแม่นยำ การแก้ไข้ปัญหาของลูกค้าอย่างถูกต้อง ในขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการหรือภายหลังจากที่ลูกค้ามารับบริการแล้ว

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า ธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคามมีพนักงานที่เพียงพอสำหรับการให้บริการ มีการจัดเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และการบริการของธนาคารอย่างพอเพียง มีสถานที่ให้บริการสำหรับผู้ใช้บริการขณะรอรับบริการอย่างพอเพียง เช่น ที่นั่ง เป็นต้น สถานที่จอดรถอย่างเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีการจัดวัสดุและอุปกรณ์ในการให้บริการที่เพียงพอ เช่น ปากกา กระดาษ บัตรคิว เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ อำนวย คงมีสุข (2536 : 38) กล่าวว่า การให้บริการอย่างพอเพียง คืองานที่ทำให้ผู้อื่นเกิดความสะดวกรวดเร็ว ได้รับการด้วยความต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอจนลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกทางด้านสถานที่ให้บริการ ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ พนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ และสอดคล้องกับ แนวคิดของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 199-201) กล่าวว่า การให้บริการอย่างพอเพียง คือ การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตมหาสารคาม ผู้วิจัยขอเสนอแนะเกี่ยวกับผลการวิจัยครั้งนี้ 2 ประเด็น ได้แก่ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

เพื่อให้การนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้บริหารธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคาม และผู้ที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร นำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ วางแผนปรับปรุงโครงสร้างการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการให้บริการยิ่งขึ้น ดังนี้

1.1 ด้านภาพลักษณ์ การวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคาม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่

ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากร ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร และด้านสถานที่ จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1.1 ด้านบุคลากร พนักงานควรให้บริการด้วยการยิ้มแย้ม แจ่มใส บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ควรปล่อยให้ผู้ใช้บริการนั่งรอนานจนเกินไป

1.1.2 ด้านสถานที่ เนื่องจากสถานที่ของธนาคารคับแคบบริเวณที่จอดรถจึงมีไม่เพียงพอ เพราะธนาคารมีผู้มาใช้บริการมากในแต่ละวัน ธนาคารจึงควรมีพื้นที่สำหรับจอดรถลูกค้าเพิ่มขึ้น โต๊ะเก้าอี้ที่นั่งมีไม่เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ ควรมีการจัดเพิ่มขึ้นให้มากกว่านี้ เพื่อให้ไม่ให้ผู้มาใช้บริการอื่นรอรับบริการ

1.1.3 ด้านนโยบายการดำเนินงาน ธนาคารควรมีนโยบายช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยได้เข้าถึงแหล่งเงินทุน ควรมีการวางนโยบายในการลดเกณฑ์การกู้ยืมเงิน ให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถกู้ยืมเงิน ไปลงทุนได้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เอกสารที่ใช้ในการทำธุรกรรมไม่ควรมีมากจนเกินไปทำให้ยุ่งยาก และควรลดขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ

1.1.4 ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ธนาคารควรจัดเจ้าหน้าที่/พนักงาน คอยให้คำแนะนำเรื่องการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน และธนาคารควรมีกล่องรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการกับธนาคาร เพื่อธนาคารจะได้นำข้อมูลไปวางแผนนโยบายปรับปรุงแก้ไขในการให้บริการ

1.1.5 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ธนาคารควรมีการส่งเสริมให้ทุนการศึกษานักเรียนที่เรียนดีแต่ยากจน หลาย ๆ ทุน จนเรียนจบปริญญาตรี เพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคม และ ควรมีการจัดสรรทุนเพื่อช่วยเหลือสังคมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กีฬาในชุมชน งานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดขึ้น

1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ การวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคาม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1.1 ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค พนักงานควรให้บริการตามลำดับก่อน-หลังทุกคนไม่ควรเลือกปฏิบัติ และควรให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน

2.2.2 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา พนักงานของธนาคารควรตรงต่อเวลาในการนัดหมายผู้มาติดต่อขอใช้บริการ และควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลา ในการให้บริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน

2.2.3 ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลา ในการให้บริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน ธนาคารควรจัดพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าคิวรอนานในช่วงเวลาดังเดือน

2.2.4 ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ธนาคารควรจัดพนักงานคอยให้คำแนะนำปรึกษาในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ และในช่วงเวลาที่ยุ่งวันพนักงานมีน้อยคนทำให้การบริการล่าช้า รอนาน เสียเวลามาก

2.2.5 ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ธนาคารควรมีการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และควรลดขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังธนาคารออมสินสาขาอื่น เพื่อที่จะได้ทราบผลการวิจัยที่เป็นภาพรวมของผู้มาใช้บริการ และนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลการวิจัยครั้งนี้ ว่าเหมือนหรือต่างกันอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงเพื่อการพัฒนาธนาคารให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการกับทางธนาคาร

2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษารายละเอียดด้านอื่น ๆ ที่มีผู้ใช้บริการกับทางธนาคาร เช่น คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของธนาคารออมสิน ในเขตมหาสารคาม

2.3 ควรศึกษาเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนา ประสิทธิภาพของธนาคารออมสินสาขาในเขตมหาสารคามต่อไป