

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
- ผู้จัดทำ : นายชาตรีดี สันทราย
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.จิระ บุรีคำ
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน : สิงหาคม 2544
- จำนวนหน้า : 57 หน้า

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของลูกค้า และศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 298 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 - 35 ปี สมรสแล้ว ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาทางด้านการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ยังใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด ร่วมด้วย

ทางด้านความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านอุปกรณ์ และด้านการบริการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านการประชาสัมพันธ์

เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าจำแนกตามประสบการณ์ในด้านระยะเวลา
การใช้บริการจากธนาคาร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่า ความพึงพอใจใน
ด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์ และด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่มีความ
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ทางธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
จอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการปรับปรุงการบริการด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการ
ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของธนาคาร และการแจกของที่ระลึกในช่วงเทศกาลต่างๆ ซึ่งไม่
เพียงแต่จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงขึ้น แต่มีส่วนจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นด้วย