

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การศึกษาเจตคติของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่
บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด

ชื่อผู้เขียน นายธิตี ธาราสุข
ชื่อปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา การวัดและประเมินผลการศึกษา
ปีการศึกษา 2547

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. เตือนใจ เกตุษา ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์เพ็ญศรี เศรษฐวงษ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเจตคติของลูกค้า ต่อการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด
และเปรียบเทียบเจตคติเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า จำแนกตามเพศ
อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการลงทุน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของ เจ้าหน้าที่บริการ
ลูกค้า ผ่านหมายเลข 0-2680-2244 จำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบ
สอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. เจตคติของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาด
อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

T 164035

2. ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีเจตคติต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีเจตคติต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีเจตคติต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการลงทุนแตกต่างกัน มีเจตคติต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ฝ่ายการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทหลักทรัพย์ เกียรตินาคิน จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The findings of this research are as follows:

1. Customers' attitudes toward the services provided by officers in the Electronic Marketing Department of Kiatnakin Securities Company Limited were at a moderate level.

2. With regard to gender, there proved to be a statistically significant difference in attitude (at a level of .05) between male and female customers towards the services provided by officers in the Electronic Marketing Department, Kiatnakin Securities Company Limited.

3. Customers of different age levels showed a statistically significant difference in attitude (the level being .05) towards the services provided by officers in the Electronic Marketing Department of Kiatnakin Securities Company Limited.

4. The customers with different levels of education showed no statistically significant difference in attitude towards the services provided by officers in the Electronic Trading Department, Kiatnakin Securities Company Limited, at a level of .05.

5. The customers with different levels of experience in terms of investment showed no statistically significant difference in attitude (at the level of .05) towards the services provided by officers in the Electronic Marketing Department of Kiatnakin Securities Company Limited.