

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์

จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10

ผู้วิจัย

มรกต ทองหนู

ระดับการศึกษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ.

2551

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เมตตา ศรีโพธิ์ชัย

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม. 10 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม. 10 จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารามอินทรา กม.10 จำนวน 310 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยคำนวณหาค่า ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test แล้วทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 พบว่า ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการโฆษณา และการส่งเสริมการให้บริการ

2. ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 ที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลทางด้านอายุและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 ที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลทางด้าน เพศ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 ไม่แตกต่างกัน

Independent Study	Customer decision making to choose service of The Siam Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 branch
The Researcher	Morrakot Tongnoon
Level of Study	Master of Business Administration
Year	2008
Independent Study Advisor	Assist. Prof. Metta Sriphochai

The Purposes of the study were : 1) To Study for Customer decision making to choose service of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 branch 2) To compare the Customer decision making to choose service of Saim Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 branch by individual characteristics. The sampling were 310 Customer of service Saim Commercial Bank Public Company Limited, Raminta Ramintra km.10 branch. The research tool for collecting data was a Rating Scale Questionnaires.

The analysis of the data was accomplished by computation of the percentage, mean and standard deviation. t-test, F-test numerical values were also computed to test each of the null hypotheses postulated in the study. and Least Significant Difference method of multiple comparison. Finished test is list pair with Least Significant Difference (LSD).

Based upon these findings, it was concluded that :

1. To experience Customer decision making to choose service of The Siam Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 branch. By combine much levels and study with list was found is in overall were at the much level. Subsequently a lot of mean at least Operation of service, Public relations officer, Advertise and Support service.

2. Customer of service Saim Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 with different age and education will have different Customer decision making to choose service of The Siam Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 branch significant difference by statistical at 0.05 level. However with different sex status career and incomes will have Customer decision making to choose service of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Ramintra km.10 branch not significant difference by statistical.