

บทคัดย่อ

T 159382

ชื่อภาคานิพนธ์ : ภาพพจน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาตากใบ
จังหวัดนราธิวาส

ชื่อผู้เขียน : นางนวลพรรณ จันทร์สว่าง

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม)

ปีการศึกษา : 2547

การศึกษา เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงภาพพจน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตากใบ จังหวัดนราธิวาส 2) เพื่อศึกษาเหตุปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตากใบ จังหวัดนราธิวาส กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตากใบ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 200 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบเจาะจง ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t - test และ F - test ตามลักษณะของตัวแปร สรุปผลการศึกษได้ดังนี้

1. ลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้าเกินกว่าครึ่ง เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 38.0 อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.0 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 48.5 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 59.0 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 41.0 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคาร 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 29.0

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคาร ลูกค้ามีความคิดเห็นด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารโดยรวม อยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารและสถานที่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านระยะเวลาในการบริการ และด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในสังคม

3. ภาพพจน์ของธนาคาร ลูกค้ามองภาพพจน์ของธนาคารโดยรวม อยู่ในระดับดี ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง/น่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านบทบาททางสังคม

T 159382

4. ปัจจัยที่มีผลต่อภาพพจน์ของธนาคาร ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับความคิดเห็น ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านระยะเวลาการให้บริการ ส่วนปัจจัย เพศ และระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อภาพพจน์ของธนาคาร

ข้อเสนอแนะ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ธนาคารควรจัดฝึกอบรมให้พนักงานทุกคน มีความรู้ความสามารถในการให้บริการต่างๆ ของธนาคาร ด้านระยะเวลาของการให้บริการ ธนาคารควรมีการปรับปรุงการให้บริการที่รวดเร็ว ลดขั้นตอนต่างๆ และควรเสริมกำลังในช่วงที่มีลูกค้ามารับบริการมาก ด้านคุณภาพของบริการ ธนาคารควรมีปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเครื่องมือใช้ให้ทันสมัย พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีที่ใหม่มาให้บริการแก่ลูกค้า ด้านบทบาททางสังคม ผู้บริหารธนาคาร ควรได้เข้ามามีบทบาท เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่จัดขึ้นทั้งของภาครัฐและของเอกชน และควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ที่จะประโยชน์ต่อลูกค้า

ABSTRACT

TE 159382

Title of Research Paper : The Image of Krung Thai Bank (Public Co.) : A Study of
Tak Bai Branch Narathiwas Province
Author : Mrs. Nounpan Chansawang
Degree : Master of Arts (Social Development)
Year : 2004

The objectives of this research are 1) to study the image of Krung Thai Bank (Public Co.) Tak Bai branch, Narathiwas province, in security/trustworthy, service quality and social role aspects; 2) to study factors relating to the Bank's images; samples for this study are 200 clients who are regular customers of the Bank at Tak Bai Branch, selective purposively; questionnaire is the main tool for data collection; data analysis is by the SPSS for Windows program; descriptive statistics used are frequency, percentage, mean and standard deviation; hypotheses testing is done with t-test and F test according to appropriate variables.

Results of the study are briefly presented below :

1. General characters of the samples : 56.0% are male, between 31-40 years old (38.0%), work as government/state enterprise officials (33.0%), finished secondary education (48.5%), being Buddhist (59.0%), have monthly income between 5,001-10,000 baht (41.0%) and have been customers to the bank 10 years on ward (29.0%).
2. The customers see the environment factors of the bank in general at high level; the environment factors comprise 4 aspects; i.e., building and space, the bank's employees and their reception, periods of rendering services and participation in social activities.
3. The bank's images, according to the customers' viewpoint, is in general at high level; the images comprises 3 aspects, i.e., security/trustworthy, service quality, and social role aspects.

4. Factors relating to the bank's images are age, occupation, income, levels of opinion in building and space, employees and reception, social participation and period of rendering service; however, sex, and level of education are not related significantly to the bank's image.

Recommendations emerged from the study, among others, are the bank should organize training program to the bank's employees regularly to increase their knowledge; period of services should be improved reducing unnecessary steps and having more personnel during peak periods ; service quality should also be improved with more modern technology; the bank's administrators should play more roles in social activities and the bank's public relations work should be more effective for the benefits of the clients.