

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้ เป็นการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ได้ทราบถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก หรือภาพลักษณ์เชิงลบอย่างไรในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ด้านชื่อเสียงของธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านการให้บริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของพนักงาน ด้านกิจกรรมสาธารณกุศล และด้านเทคโนโลยี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ด้านการเปิดรับสื่อและข่าวสารมีผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

การดำเนินการวิจัย ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มาทำธุรกรรมของธนาคารที่สาขาในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 267 แห่ง การศึกษานี้มีการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) รวม 400 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ประโยชน์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าสถิติพื้นฐานหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 25-35 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท และใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ควบคู่กับบริการของธนาคารกรุงเทพ

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับและการได้รับข้อมูลข่าวสารของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จากสื่อโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และสื่อวิทยุของสถานีวิทยุ 89.0 FM ตามลำดับ

3. กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นแบบเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียงของธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านการให้บริการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของพนักงาน และด้านกิจกรรมสาธารณกุศล ตามลำดับ

ในส่วนของข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ

ข่าวสารด้านบวก พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารด้านบวก คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่มีสาขามากมาย สะดวกในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 85.8 รองลงมาคือ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และคอยให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ คิดเป็นร้อยละ 73.0 และเป็นธนาคารไทยแห่งแรกที่มีความมั่นคงน่าเชื่อถือ และดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องมาจนครบ 100 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.5

ข่าวสารด้านลบ พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารด้านลบ คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่มีอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ สูงกว่าธนาคารขนาดเล็กหลายธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกินความน่าจะเป็น คิดเป็นร้อยละ 28.3 และพนักงานไม่มีทักษะที่ดีในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานไม่ถูกต้องแม่นยำ และปฏิบัติงานล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 20.3

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับสื่อและข่าวสาร ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ และรายได้ต่อเดือนมีผลต่อการเปิดรับสื่อและข่าวสารของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ .01 ตามลำดับ สำหรับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพไม่มีผลต่อการเปิดรับสื่อและข่าวสารของธนาคารไทยพาณิชย์