

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาด້วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การรับรู้คุณภาพการบริการและทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ ธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการใน เขตจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวชลลดา มหาเพชร
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ยวุฒิกษณ์ จิระกิดาการ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2550
จำนวนหน้า	: 74 หน้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการและทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงภาพลักษณ์โดยรวมของธนาคารฯ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดบริการและการสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมตามพื้นที่

การดำเนินการวิจัยด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และสุ่มตัวอย่างด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากลูกค้าหรือผู้เข้าใช้บริการธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 คน จากสาขาทั้งหมด 7 สาขา ประกอบด้วย สาขาเชียงใหม่ สาขาสันป่าข่อย สาขาช่วงสิงห์ สาขาช้างคลาน สาขาสันทราย สาขาซอยหางดง และสาขาซอยเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยมีการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คือเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท / ห้างร้านเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท รู้จักธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) มาจากพนักงาน/คนรู้จัก

เข้าใช้บริการสาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่ามากที่สุด มีบัญชีเงินฝาก 1 บัญชี โดยเป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุดและใช้บริการมาแล้วเป็นเวลา 1 – 3 ปี

การรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีการรับรู้อยู่ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ ความมีอัธยาศัยไมตรี รองลงมาคือความเชื่อถือไว้วางใจได้ของพนักงาน ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ความปลอดภัย การเข้าใจ/รู้จักลูกค้า การบริการอย่างมีความสามารถ การติดต่อสื่อสาร การบริการที่เป็นรูปธรรม และการเข้าถึง ตามลำดับ

ทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีการรับรู้และรู้จักถึงสัญลักษณ์และสโลแกนของธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) อย่างถูกต้องทุกคน ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) ได้แก่ ภาพลักษณ์ทางด้านบุคคล รองลงมาคือภาพลักษณ์ด้านสถานที่ และภาพลักษณ์ด้านนโยบายการดำเนินงาน ตามลำดับ