

ชื่อเรื่อง : คุณภาพการบริการและทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ธนาคารธนชาติ
จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย : นางสาว แคทริยา แจ่มเงิน
หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. จูติกุล ไชยวรรณ
วันที่อนุมัติผลงาน : 20 กันยายน 2554
จำนวนหน้า : 88 หน้า
คำสำคัญ : คุณภาพบริการ ทัศนคติ ภาพลักษณ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการ และศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ มีความเชื่อมั่นของเครื่องมือหรือค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.953 เป็นเครื่องมือในเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Diviasion) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 31- 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารธนชาติ สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดบัญชีกับธนาคารธนชาติ พบว่า เปิดบัญชีกับธนาการเป็นระยะเวลา 2 ปี มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ โดยจะใช้บริการของธนาคารธนชาติ เดือนละ 1

ครั้ง และเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารธนชาติ สาขาท่าแพ ก็คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร

คุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างคาดหวังการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับดังนี้ ด้านความไว้วางใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนบริการที่ได้รับจริง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริการที่ได้รับจริงอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับดังนี้ ด้านความไว้วางใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจ และด้านความน่าเชื่อถือของบริการ เมื่อพิจารณาผลต่างระหว่างความคาดหวังและบริการที่ได้รับจริง พบว่า มีความคาดหวังสูงกว่าบริการที่ได้รับทุกด้าน

ทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารธนชาติ สาขาท่าแพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกต่อภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี ในรายด้านมีความรู้สึกต่อภาพลักษณ์ด้านนโยบายการดำเนินงานในระดับดีมาก ส่วนภาพลักษณ์ระดับดี ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านสถานที่ และภาพลักษณ์ด้านบุคลากร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับค่าเฉลี่ยความคาดหวังในคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกับระดับค่าเฉลี่ยของการบริการที่ได้รับจริงในทั้ง 5 องค์ประกอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05