



ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารดอยซ์แบงก์ สาขา
สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร
Customers' Satisfaction on the use of Services Provided by Deutsche
Bank-Bangkok Branch Office, Bangkok Metropolis.

กฤติน บัวบาน

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อสถาบันรัชต์ภาคย์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการทั่วไป (M.B.A.) ปีการศึกษา 2558

หัวข้อการศึกษาค้นคว้า

ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารคอยซ์แบงก์ สาขา
สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร

โดย

นายกฤติน บัวบาน

หลักสูตร

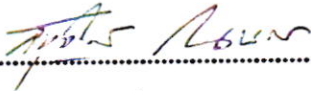
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ)

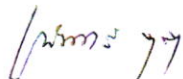
อาจารย์ที่ปรึกษา

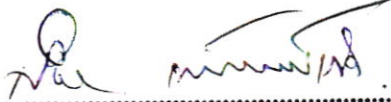
ดร.ชรินทร์ วิชชุดา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2558


.....ประธานกรรมการ
(รศ.สุจิตต์ ฌ. นคร)


.....กรรมการ / อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ชรินทร์ วิชชุดา)


.....ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร. พิชัย ทรัพย์เกิด)

Abstract

The objectives of this survey research were to 1.) Study personal factors of Deutsche Bank-Bangkok Branch's customers who were target population under study 2.) study their satisfaction on the services provided 3.) compare their satisfaction based upon their personal factors. Samples included 385 Bank's customers. Statistics used in this study included both descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (independent-sample t-test and one-way analysis of variance. Questionnaire was used to collect the data.

Outcome of the research revealed that the majority of respondents were male, 30-39 years of age, bachelor-degree graduates, working for government or government enterprises with monthly income between 20,001-30,000 baht. Study of customers' satisfaction on the service provided indicated that, overall, the rating was high. Specifically, servicing process (each services was within the time limit set forth by the bank) capable personnel (sensitive to customers' demand) facilities (suitable location) atmosphere (conspicuous display of public information) trust (reliability of services and integrity) services (valuable services) scored high on a given rating scale. Hypothesis tests showed that customers with different personal factors (sex, age, marital status, education, occupation, monthly income) did not differ in their satisfaction on the use of services provided by the bank at 0.05 level of significance.