

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้าน
ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน)

ผู้เขียน นางสาวอันธิกา ศรีวิลัย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ก้องกัญญา นิมนานันท์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมือง
เชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาการ
รับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย
จำกัด (มหาชน) ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตาม
โครงการ CSR ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมุ่งเสริมสร้างทุนทางปัญญาใน 4 มิติ ได้แก่
ด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา โดยจะทำการศึกษาการ
รับรู้ของลูกค้าเฉพาะกิจกรรมภายนอก (CSR-after-Process) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ในส่วนการร่วม
พัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย
แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายจำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้
สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 –
49 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด รายได้
เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการศึกษารับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการกรุงไทยยูวาวาณิชมากที่สุด ด้านศิลปวัฒนธรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทยมากที่สุด ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการกรุงไทย หัวใจสีเขียวมากที่สุด ด้านกีฬาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการสนับสนุนสมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทยมากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆตาม โครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการกรุงไทยสานฝันสู่บัณฑิตและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์ ด้านศิลปวัฒนธรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทยและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการ KTB CSR KIDS CAMP และผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์ ด้านกีฬา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการ KTB เข้าวชนคนรักบอลและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์

Independent Study Title Perception of Customers in Mueang Chiang Rai District
Towards Corporate Social Responsibility Activities of
Krung Thai Bank Public Company Limited

Author Miss Antika Sriwilai

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr.Khongphu Nimanan

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the perception of customers in Mueang Chiang Rai District towards corporate social responsibility activities of Krung Thai Bank Public Company Limited based on the concept and theory of customer perception towards corporate social responsibility by Krung Thai Bank, which aimed at creating knowledge in 4 dimensions namely education, arts and culture, society and the environment, and sports. The study focused on CSR-after-Process by Krung Thai Bank, which was in line with CSR by corporates for the development of communities and society, as well as the environment. The data for this study was collected using questionnaire distributed to 400 Krung Thai Bank's customers in Mueang Chiang Rai District. The data was analyzed using descriptive statistics namely frequency, percentage and mean.

From the study, it was found that most questionnaire respondents were female, 40-49 years old, single, and are government officials or state enterprise employees. Their monthly income was 10,001-20,000 baht and 20,001-30,000 baht. Most held Bachelor's degree.

The results of the study of customer perception towards the 4 dimensions of Krung Thai Bank's CSR activities showed that in Education, the questionnaire respondents perceived about Krung Thai Young Business People Project the most. In Arts and culture, the respondents perceived about the Conservation of Thailand's Traditions and Important Religious Days Project the

most. In society and the environment, the respondents perceived about Krung Thai Green Heart Project the most. In sports, the respondents perceived about Supports for Thailand's International Boxing Association Project the most.

From the study of customer opinion towards CSR activities in the 4 dimension, it was found that in education, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was Krung Thai Weaving Dream for New Graduates Project, and the respondents agreed with all project's objectives. In arts and culture, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was the Conservation of Thailand's Traditions and Important Religious Days Project, and the respondents agreed with all project's objectives. In society and the environment, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was KTB CSR Kids Camp Project, and the respondents agreed with all project's objectives. In sports, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was KTB Young People Loving Balls Project, and the respondents agreed with all project's objectives.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved