ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูช้างเผือก

ผู้เขียน นางสาวนฤมล ไชยแก้วเมร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูช้างเผือก

โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ สาขาประตูช้างเผือก จำนวน 240 ราย โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) จาก 4 กลุ่มลูกค้าที่จัดโดยปริมาณเงินฝากกลุ่มละ 60 ราย ได้แก่ 1) ลูกค้ากลุ่ม Easy 2) ลูกค้ากลุ่ม Easy Plus 3) ลูกค้ากลุ่ม Priority และ4) ลูกค้ากลุ่ม Priority Plus และกลุ่มPrivate ซึ่งข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบอบถามให้ความสำคัญสูงสุด และระดับความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ การให้บริการที่มีคุณภาพ และมีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่องการให้บริการที่มีคุณภาพ เช่นกัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด และมีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่องการมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด เช่นกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้ และมีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่องสถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก เช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า แต่มีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่อง การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย แต่มีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่องพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี และมีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่องความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี เช่นกัน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความปลอดภัยในธนาคารฯ แต่มีความพึงพอใจสูงสุด ในเรื่องสถานที่ภายในธนาคารฯสะอาดเรียบร้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Saving Services of Siam Commercial Bank Public Company Limited,Chang Pueak Branch

Author Miss Naruemol Chaikaewmea

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Assoc. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study customer satisfaction towards saving services of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Chang Pueak Branch.

In this study, questionnaires were used to collect data from customers who came to Siam Commercial Bank Public Company Limited, Chang Pueak Branch. A sample of 240 customers was divided into 4 groups by quota sampling method, 60 samples equally. First group was “Easy group”. Second group was “Easy Plus group”. Third group was “Priority group”. And Last group was “Priority Plus group and Private group”. The data were analyzed by using descriptive statistics which were frequency, percentage and mean.

In the study found that the factor that important and satisfied to most customers at the highest level was as following data.

For product factor, the highest important factor was quality service and the highest satisfaction was quality service similarly.

For price factor, the highest important factor was visibility monetary banner to inform deposit interest rate and the highest satisfaction was visibility monetary banner to inform deposit interest rate similary.

For place factor, the highest important factor was comfortable and suitable location and the highest satisfaction was comfortable and suitable location similarly.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

For promotion factor, the highest important factor was adequate premium gift for customers and the highest satisfaction was monetary change informing by bank.

For people factor, the highest important factor was polite and nice service, and the highest satisfaction was cleanliness and neat clothes.

For process factor, the highest important factor was correct and clear data record in passbook and the highest satisfaction was correct and clear data record in passbook similarly.

For physical evidence factor, the highest important factor was safety in the bank and the highest satisfaction was cleanliness and tidiness of the bank.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved