

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก

ผู้เขียน นายธงชัย แสงเพชรวัฒนกุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก การเก็บข้อมูลจากสมาชิกจำนวน 350 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่บริการที่มาใช้กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก คือ การฝาก/ถอนเงิน (Deposit/saving services : Operation and Transaction ปฏิบัติการ) โดยมีความถี่ในการบริการมาใช้กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก คือ 1-2 ครั้ง/เดือน ช่วงเวลาในการบริการมาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก มากที่สุดคือ เวลา 10.31-11.30 น. โดยส่วนใหญ่เหตุผลในการบริการมาใช้กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก คือ มีบัญชีอยู่กับธนาคารนี้ วันที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก ไม่แน่นอน แหล่งข้อมูลที่มาใช้บริการ คือจากพนักงานของธนาคารแนะนำ แผนกที่ใช้บริการ มากที่สุด คือ เคาน์เตอร์บริการรับจ่ายเงินสด (counter cash management : cash settling service บริการรับชำระเงิน : payment service)

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ การฝาก/ถอนเงิน ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อบุคคล (Personal Loan : interest rate for Personal Loan : Interest Rates and Actual and Reasonable Expenses for Loans Effective from August 1, 2006) ด้านสถานที่ ได้แก่ ป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ข้อมูลบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารจากสื่อโฆษณาต่างๆ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยที่ดีสม่ำเสมอ ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีป้ายตราสัญลักษณ์ของธนาคารมองเห็นได้ง่าย ด้านกระบวนการ ได้แก่ มีระบบการทำงานที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ และน่าเชื่อถือ

สำหรับปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ บางช่วงเวลารอคิวยาว ตู้เอทีเอ็มเสียบ่อย และไม่มีบัตรคิว

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards the Services of
Kasikornbank Public Company Limited : Tak Branch

Author Mr. Thongchai Sangpetwatanakul

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Assistant Professor Dararatana Boonchaliew

ABSTRACT

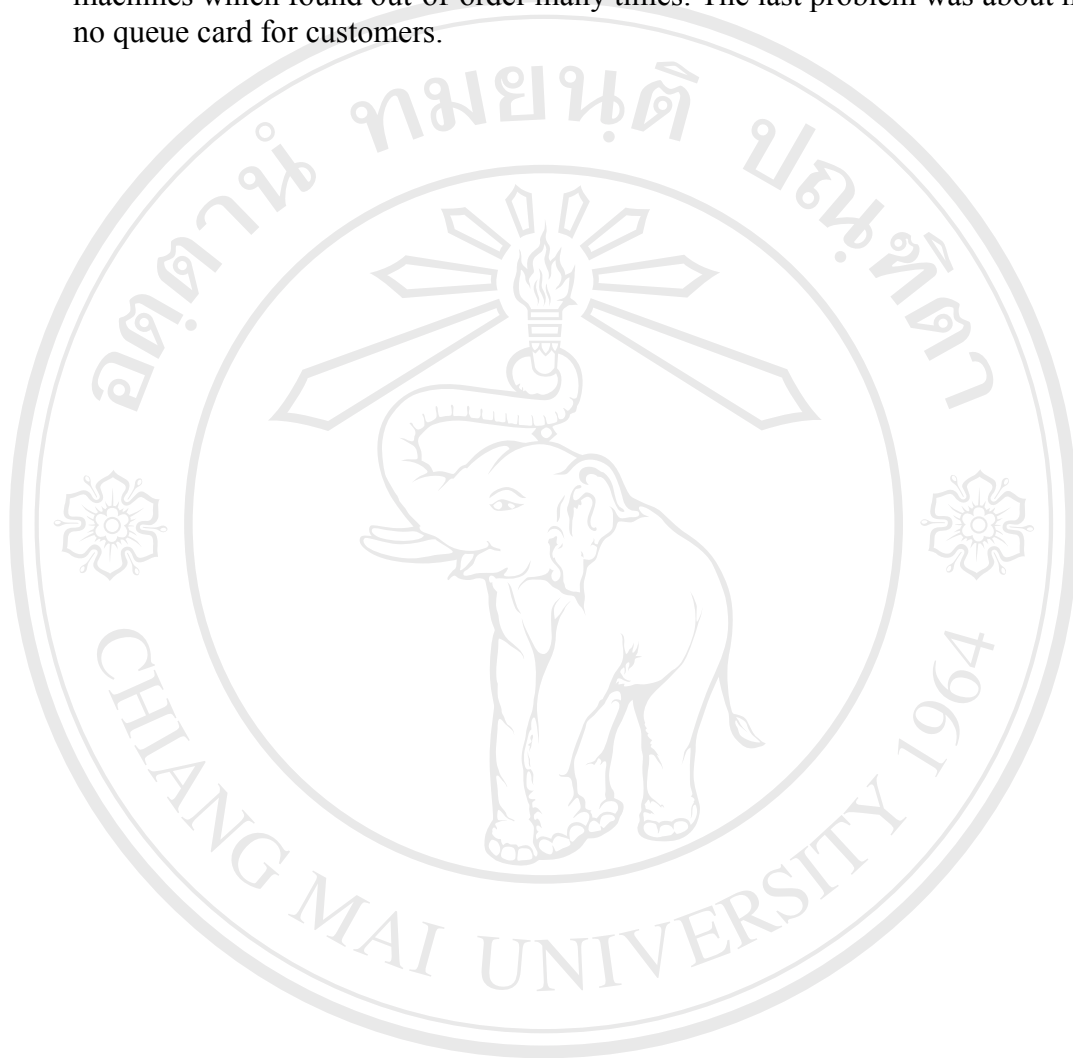
This independent study aimed to study customer satisfaction towards the services of Kasikorn Bank Public Company Limited: Tak branch. Data collection was completed through questionnaire distributed to 350 customers. The data was then analyzed by descriptive statistics using for frequency, percentage, and means.

Based on the result of study, it was found out that most respondents were married female with Bachelor's degree whose ages were between 31 – 40 years old. Most of them were officers/employees whose average incomes were lesser than 10,000 baht. In addition, the respondents revealed that the most favorite service they took was Deposit/Saving service. The frequency in taking services from the bank of those customers was about 1-2 times/month during 10.31 - 11.30 hrs. Most of them stated reason in taking services from the bank that they had already had bank account with this bank. However, the date for coming to the bank was not fixed. They said that they learnt about the services from the suggestions of bankers as the source of knowledge. The section where they took services the most was the cash management counter.

According to result regarding to service marketing mix factors, it was found that most respondents rated their satisfactions in high level for people factor, and physical evidence factor. They paid in only moderate level satisfactions to process factor, place factor, product/service factor, and promotion factor, in orderly.

The first sub-factor of product/service factor that respondents concerned on was about the saving/deposit service. In term of price factor, they firstly rated for the interest rates for personal loan. In term of place factor, they firstly rated for signs indicating types of service that eased to notice and read. In term of promotion factor, they firstly rated for the service and product information published through advertising media. In term of people factor, they firstly rated for the consistence of good and friendly manner of bankers. In term of physical evidence, they firstly rated for the bank logo signboard which was clear and easy to find. In term of process, they firstly rated for the rapid, correct, accuracy, and reliable operational systems.

Problems found in services provided by the bank was rated at the lowest level. Here were the first three problems as found from the survey. The first problem was about taking long queue in sometimes. The second problem was about the ATM machines which found out-of-order many times. The last problem was about having no queue card for customers.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved