

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง อำเภอสันป่าตอง จังหวัด เชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศุภลักษณ์ ไชยมงคล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพฤกษ์
อาจารย์ ดร.นฤนาถ ศรีภักย์วานิช

ประธานกรรมการ
กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)สาขาสันป่าตอง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษารั้ครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการที่ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสันป่าตอง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 26-40 ปี ร้อยละ 40.30 มีการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ55.67 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 42.30 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ55.70 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้บริการมานานกว่า 5 ปี ประเภทบริการที่เคยใช้ คือ เงินฝากประเภทออมทรัพย์ สินเชื่อชนวิภู และบริการอื่นๆ เช่น บัตรเอทีเอ็ม/บัตรกรุงไทยเดบิตวีซ่า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับ มากเรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดและมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการแต่ละด้าน ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง มีความมั่นคง และมีภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ ด้านราคา ได้แก่ การแจ้งอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการชัดเจน ด้านปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาดภายในธนาคาร และด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้

สำหรับปัญหาที่พบในการใช้บริการคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards the Services of Krung Thai Bank Public Company Limited, Sanpatong Branch, San Pa Tong District, Chiang Mai Province

Author Mrs. Suphalak Chaimongkol

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Krisana Ratanapruck

Chairperson

Lect. Dr. Naruanard Sarapaivanich

Member

ABSTRACT

This independent study aimed to examine customers satisfaction toward the services of Krung Thai Bank Public Company Limited, Sanpatong branch, San Pa Tong district, Chiang Mai province.

Data collection was completed through questionnaires, as the research tool, distributed to 300 customers of the mentioned bank. The given data was, then, analyzed by the descriptive statistics which composed of frequency, percentage, and mean.

According to the findings, 40.30 percent of respondents were male whose ages were between 26 – 40 years old and 55.67 percent held Bachelor's degree as the highest educational level. 42.30 percent of respondents were government officers/ state enterprise officers and 55.70 percent earned less than 10,000 baht as their monthly income. The majority had been the customers of this bank for more than 5 years and used to take the different services namely deposit service through savings, credit service through Thanawat Credit, and other services through ATM/VISA DEBIT Card.

Based upon the concept of services marketing mix factors, the customers rated their satisfaction at a high level for the following factors; product, people, physical evidence, place, and process, in orderly. Nevertheless, the price and promotion factors were rated at a moderate level only.

In each factor, the customers rated their satisfaction at the highest and/or high level for the following sub-factors.

In terms of product, they rated for the fame, stability and the good image for being good service provider of the bank. In terms of price, they rated for the clear notice of service charge rate. In terms of place, they rated for the convenient location where located nearby customers' offices. In terms of promotion, they rated for the publicity done through pamphlet. In terms of people, they rated for the honesty of service providers. In terms of physical evidence, they rated for the cleanliness of the bank. In terms of service process, they rated for the accuracy of working system which was accurate and reliable.

The problem that the customers found when they went to the bank was mentioned to the insufficient parking lots.