

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้เขียน นางสาวลิศรามาหาวันไชย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาปัญหาที่พบของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์และยอดขายต่อปีของกิจการตั้งแต่ 10 - 400 ล้านบาท จำนวน 89 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ลักษณะการก่อตั้งธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ประกอบธุรกิจขายส่ง ขายปลีก ยอดขายต่อปีของกิจการตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท ระยะเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 ปี จำนวนครั้งที่ทำรายการประมาณ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ บริการส่วนใหญ่ที่เคยใช้ คือ บริการสอบถามข้อมูลบัญชีระหว่างวัน สถานที่ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ที่ทำงาน สาเหตุส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ คือ ความสะดวก

ความพึงพอใจโดยรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดแต่ละด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัย

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปรากฏผลดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายการ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ได้แก่ ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล

ปัญหาที่พบของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริการการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ บริการใช้งานยาก เช่น เงื่อนไขการทำรายการโอนเงินแต่ละบริการ การอนุมัติรายการโอนเงินด้วยเครื่องอนุมัติรายการ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไม่ทั่วถึง การประชาสัมพันธ์ระบบรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ และขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความล่าช้า เช่น การติดต่อสมัครใช้บริการจนถึงการแจ้งเปิดระบบให้ใช้งานได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction of Small and Medium Enterprises in Chiang Mai Province Towards K-Cash Connect Services of Kasikornbank Public Company Limited

Author Miss Alisara Mahawanchai

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Piyaphan Klunklin Chairperson

Associate Professor Dr.Nittaya Jariangprasert Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study customer satisfaction and problems found of small and medium enterprises in Chiang Mai Province towards K-Cash Connect services of Kasikornbank Public Company Limited. The data were collected by using questionnaires, completed by 89 respondents who were small and medium enterprises of K-Cash Connect clients in Chiang Mai Province; with 10 - 400 million baht as an annual income. The data aggregated were then analyzed by descriptive statistics in terms of frequency, percentage, and average value.

The results show that most questionnaire respondents were male, age 41 - 50 years old, with the highest educational level of Bachelor's degree. Their businesses are mostly: company limited established; wholesale and retail trade with 50 - 400 million baht as an annual income. Most respondents: have used the services less than 1 year; made an average of 3 - 4 times per week via K-Cash Connect services; and used today's inquiry account information. The place that they often used the services was at the office. The reason for using the services was mostly convenience.

The respondents rated their satisfaction in the overall services marketing mix as high, when ranked by means for Place, Product, Price, People, Physical Evidence, Promotion and Process.

The sub-factors with the highest mean were as follows: Product, Inter-account Funds Transfer; Price, no initial fee; Place, everywhere service which internet connected; Promotion, no charge of new entry fee, no charge of first annual fee and no charge Secure Pass fee; People, precise advice given by staff; Process, convenient and speedy in process of report inquiry; Physical Evidence, accurate and current information.

The problems of small and medium enterprises in Chiang Mai Province towards K-Cash Connect services of Kasikornbank Public Company Limited were: the services are not user friendly, e.g. condition of each transfer transactions and approval of transfer transactions with Secure Pass; advertisement in various media are not advertised widely; security system public relations are not enough and specifically the process for applying is slow, e.g. the time to activate the account is too long.