

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ  ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ  
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ  
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน  นายภาสกร กุลชิต

ปริญญา  เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.ชเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	ประธานกรรมการ
ผศ.ดร.ไพรัช	กาญจนการุณ	กรรมการ
ผศ.ดร.นิสิต	พันธมิตร	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่และเพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการของธนาคาร โดยการออกแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 500 ราย

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.60 มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้แก่ ฝาก ถอน โอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 76.00 นอกนั้นใช้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ฝากประจำ กองทุน เงินกู้ สินเชื่อ บัตรเครดิต ประกันชีวิตและประกันภัย ตามลำดับความต้องการของลูกค้า

ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ลูกค้ายกย่องมากที่สุด คือความกระตือรือร้น และตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่ คิดเป็น ร้อยละ 97.20 ส่วนที่ลูกค้ายกย่องน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็วของการให้บริการของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 80.80 ด้านสถานที่ประกอบการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ลูกค้ายกย่องมากที่สุด คือ ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 99.00 ส่วนลูกค้ายกย่องน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถที่จัดไว้สำหรับผู้มาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 34.40

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ให้มาใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสุด รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการที่ธนาคาร ความสะอาด สะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ และการรับประกันคุณภาพในการบริการของธนาคาร โดยปัจจัยทั้งสิ้นนี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 45 ในขณะที่ขั้นตอนการจัดระบบการให้บริการของธนาคาร และความรวดเร็วในการให้บริการของธนาคาร ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพิ่มขึ้นร้อยละ 35 – 40 นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการของธนาคาร ช่วงอายุ 31-40 ปี และระดับการศึกษา โดยที่ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 20

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting the Customers' Satisfaction of Siam Commercial Bank Public Company Limited Services, Thaphae Branch, Chiang Mai Province
<b>Author</b>	Mr. Bhasakorn Kulchit
<b>Degree</b>	Master of Economics
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Assoc.Prof.Dr.Thanes Sriwichailamphan Chairperson Asst.Prof.Dr.Pairut Kanjanakaroon Member Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit Member

### **ABSTRACT**

This study dealt with factors affecting customers' satisfaction with services provided by the Thaphae branch in Chiang Mai of Siam Commercial Bank (Public Company Limited) as well as identified the problems faced by the customers and their recommendations. Information was collected by questionnaire interview from 500 samples of the customers of the bank.

The findings indicated the majority of samples under study could be characterized as female (53.60%), aged between 21-30, with education beyond bachelor's degree, private business company employee, having 5,001-10,000 baht average monthly income, and single. The main service types they used were deposit, withdrawal, and money transfer (76.00%). The next most popular banking services used by the customers were fixed saving, mutual fund investment, financial loans, credit programs, credit card, life and non-life insurance schemes, in order of customers' demand.

For the convenience factor, the customers of Siam Commercial Bank at Thaphae branch were satisfied most with the element of enthusiasm and attentiveness of bank workers in giving services (97.20%) and least with the speed of service delivery (80.80%). Concerning the place

factor, they were pleased most with the security and accountability of the bank (99.00%) and least with provision of parking area (34.40%).

On the issue of determinants of customers' satisfaction, the study found that publicity to invite people to use the bank's services was most important followed by the factors of convenience in traveling to the bank, clean and cozy atmosphere in the servicing area, and quality assurance by the bank. All these four factors combined have the likelihood to increase customers' satisfaction by 45%. Meanwhile, the bank's servicing system and the speedy service provision together can enhance satisfaction level by 35-40%. Service quality of the bank, age and education of customers, however when becoming higher can improve the chance that customers will get higher satisfaction no more than 20%.