

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้า  
 ธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง  
 จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน      สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.มยุรี	อนุমানราชชน	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.ปรีชา	เจ็งเจริญ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริพงษ์	ลดาวัลย์ ณ อยุธยา	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) อธิบายปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการประเภทต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน , ผลผลิตภัณฑ์และบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย 2) แยกแยะระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารในการใช้บริการประเภทต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน , ผลผลิตภัณฑ์และบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของลูกค้าธนาคาร ในการใช้บริการประเภทต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคาร และ 4) ระบุปัญหาของการให้บริการประเภทต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน , ผลผลิตภัณฑ์และบริการทางอิเล็กทรอนิกส์แก่ลูกค้าของธนาคาร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่า Chi-square Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

วิธีการศึกษาประกอบด้วย การวิจัยเอกสารและการวิจัยภาคสนาม ซึ่งใช้วิธีการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการกับสาขาธนาคารในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 10 สาขา โดยใช้แบบสอบถาม สาขาละ 40 ชุด รวม 400 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 325 ชุด คิดเป็นร้อยละ 81.25

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน อายุ 26 – 45 ปี ร้อยละ 75.10 การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้าง มีรายได้ 8,000 – 20,000 บาท/เดือน และส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารเป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์อื่นร่วมด้วย

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารต่อปัจจัยทางการบริหารของธนาคาร ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานและปัจจัยด้านองค์การ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ ทีเอฟบี อี-เซอร์วิส ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีความทันสมัย-ใช้เทคโนโลยี ด้านคุณสมบัติของบริการ ได้แก่ มีความสะดวกรวดเร็ว และใช้ได้ทุกวันตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ได้รับคำแนะนำ/ชักชวนจากพนักงานธนาคาร ซึ่งลูกค้าทราบว่าธนาคารมีบริการ ทีเอฟบี อี – เซอร์วิส จากการแนะนำของพนักงานธนาคาร ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ยังใช้ไม่ได้ใช้บริการ ทีเอฟบี อี – เซอร์วิส ให้เหตุผลเพราะยังไม่ทราบรายละเอียดของบริการ ประเภทบริการ ทีเอฟบี อี – เซอร์วิส ที่ลูกค้าใช้มากที่สุด ได้แก่ ประเภท e – ATM รองลงมา ประเภท e – Cash Card

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยดังกล่าวเฉพาะ อายุ ระดับรายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคาร

ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคารและปัจจัยด้านองค์การ เฉพาะด้านภาพพจน์ ชื่อเสียงของธนาคาร มีปริมาณสาขามาก มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคาร แต่ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคาร

ปัญหาที่ลูกค้าพบหลังจากใช้บริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคาร ได้แก่ จำนวนพนักงานมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่มีพนักงานออกไปให้บริการนอกสถานที่

ปัญหาที่ลูกค้าพบหลังใช้บริการ ทีเอฟบี อี – เซอร์วิส ได้แก่ ยังไม่เข้าใจคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์พอ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูง ตู้เอทีเอ็ม.ขาดช่องบอ่ย / เงินหมด

**Independent Study Title :** Factors Influencing Customers' Needs of Services of the Thai Farmers Bank Branches in Amphoe Muang ,  
Changwat Chiang Mai

**Author :** Mr. Somkiat Hiranthanawiwat

**M.P.A.** Public Administration

**Examining Committee :** Lecturer Dr. Mayuree Anumanrajadhon Chairman  
Lecturer Dr. Preecha Jengjalern Member  
Assist. Prof. Siripong Ladavalya Na Ayuthaya Member

### **Abstract**

The objectives of this study were 1) to describe specific characteristics of the Bank's customers which influence nowadays service needs, products and electronic services of the Thai Farmers Bank 2) to classify customers' satisfaction level in using nowadays services provided including products and electronic services of the Bank 3) to analyze factors influencing customers' needs for nowadays services provided at the Thai Farmers Bank and 4) to indicate nowadays service problems including products and electronic services provided to the customers.

Statistics used for data analysis were frequency , percentage, mean, standard deviation, and Chi-square was used for hypothesis testing at 0.05 level of significance .

Study procedures included research and field study. The research was done by using 40 questionnaires with customer sample at each branch in 10 branches of the Bank in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai. Three hundred twenty-five sets of questionnaires were returned out of 400 or at 81.25%

The study found that most of the customers are working people with age ranging from 26 to 45. They have Bachelor degrees and earn 8,000 - 20,000 baht being employed in companies. Most of them are customers of other commercial banks.

The customers' satisfaction level regarding the bank's administrative factors are high on employee's service and organization factors, and medium level on marketing promotion factors.

The factors motivated customers to use TFB e-Service products are the up-dated technology, the benefits of service are conveniences, express and 24 hours service and the marketing promotion are employees' suggestion on TFB e-Service. Some customers in the sample group who haven't used the TFB e-Service said they did not know the TFB e-Service details. The TFB e-service which are mostly used by customers are e – ATM (41.20%) and e – Cash Card.

The personal characteristic factors are not related with the electronic product and service needs. Only age, income, occupation are related to the needs of using nowadays services provided in the Bank.

The employees' service factors are related to the needs of nowadays services of the Bank. And the organizational factors especially the image and reputation of the Bank and a lot of Bank branches are related to nowadays banking service; but marketing promotion is not related to the nowadays service needs provided at the Bank.

Problems found by customers after using nowadays banking services are : insufficient number of employees regarding staff service, parking area , no out-of-bank service regarding marketing promotion; after using e-Service products are: inadequate understanding on products' qualifications and high service fee while ATM often out of order/ ran out of money