

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานนโชนา
เชียงใหม่

ผู้เขียน

นายสุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชานันติ

ประธานกรรมการ

อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา(มหาชน) สาขานนโชนา เชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบ
สอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 320 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตาม
สะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีสถานภาพเป็นโสด
มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน มีรายได้ 5,000-15,000
บาท บริการที่เคยมาใช้ มากที่สุดคือ เงินฝาก ส่วนใหญ่ความถี่ในการมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง/
เดือน และวันที่มาใช้บริการในแต่ละสัปดาห์ คือ วันจันทร์ มากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการของธนาคาร
กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาโนชนา เชียงใหม่ พบว่า

การให้บริการด้านเงินฝากผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมี
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและ นำ

เสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการจัดจำหน่าย และมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ กระบวนการ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

การให้บริการด้านเงินโอนผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย และมีความคาดหวังโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การให้บริการด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การให้บริการด้านบัตร.เอ.ที.เอ็ม./บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด

การให้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

การให้บริการด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

Independent Study Title Customer's Satisfaction Towards the Services of Bank of Ayudhya Public Company Limited, Thanon Chotana Chiang Mai Branch

Author Mr. Suwan Tungcheevasombut

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

The objective of the independent study was to study the customer's satisfaction towards the services of Bank of Ayudhya Public Company Limited, Thanon Chotana, Chiang Mai branch. The data collection, based on convenience sampling, was done by distributing questionnaires to 320 customers. Then, the narrative analysis, which consisted of frequency, percentage, and mean, was applied in order to analyze data.

According to the study, the majority of respondent were single female. Most of them were in the age between 31-40 years old with the Bachelor's Degree. They were mostly had the career as employees/officers who earned 5,000-15,000 baht for their salaries. It was revealed that the service they mostly used was the Deposit Service. The frequency in using the service was 1-2 times per month and Monday was the day that they usually came to the bank.

Here were the results of the comparison of customer's satisfaction towards the services of Bank of Ayudhya Public Company Limited, Thanon Chotana, Chiang Mai branch.

Regarding to the pre-Deposit Services, the customers paid high expectation in terms of Process, People, Product, Physical Evidence and Presentation, and Place. But, in terms of Promotion, and Price, they were rated at the medium level of expectation orderly..

However, the results of customer's satisfaction towards the post-Deposit Service were shown differently as follows. The highest satisfaction was rated for the Process term, while the medium level of satisfaction was rated for the terms of People, Product, Physical Evidence and Presentation, Promotion, Place, and Price orderly..

Regarding to the pre- Money Transfer Services, the customers paid high expectation in terms of People and Process, Physical Evidence and Presentation, Product, and Place. But, in terms of Price, and Promotion, they were rated at the medium level of expectation orderly..

However, the results of customer's satisfaction towards the post-Money Transfer Services were shown differently as follows. The highest satisfaction was rated for the Product, Process, and Physical Evidence and Presentation terms, while the medium level of satisfaction was rated for the terms of People, Place, Price, and Promotion in orderly.

Regarding to the pre-Bill Payment Services, the customers paid high expectation in terms of Product, Process, People, Physical Evidence and Presentation, Place, Price, and Promotion orderly..

However, the results of customer's satisfaction towards the post-Bill Payment Services were shown differently as follows. The highest satisfaction was rated for the Process term, while the medium level of satisfaction was rated for the terms of Product, Physical Evidence and Presentation, Place, Price, People, and Promotion in orderly.

Regarding to the pre-A.T.M/Visa Electronic Cards Services, the customers paid high expectation in terms of Place, People, Process, Product, Price, and Physical Evidence and Presentation. But, in term of Promotion, it was rated at the medium level of expectation.

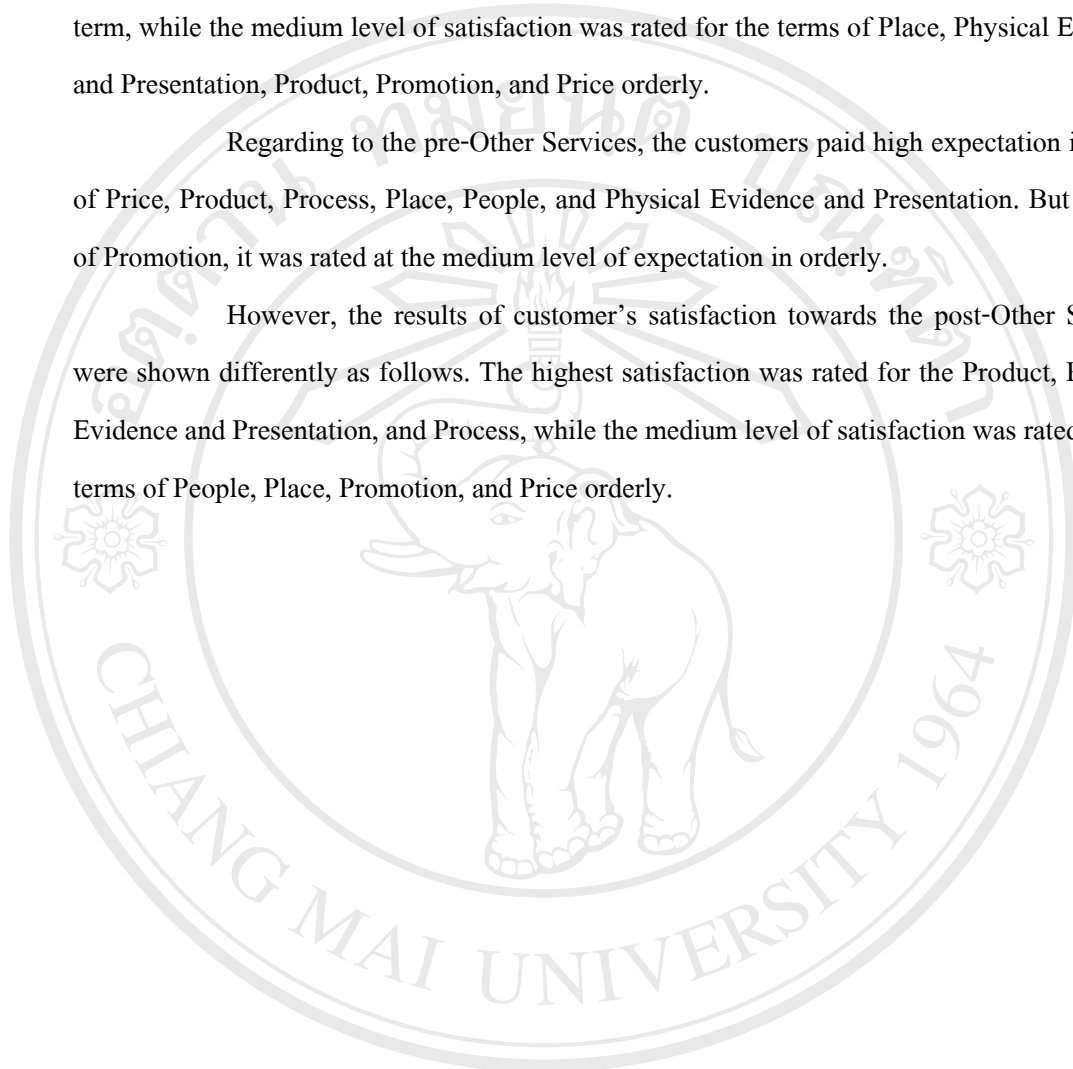
However, the results of customer's satisfaction towards the post-A.T.M/Visa Electronic Cards Services were shown differently as follows. The highest satisfaction was rated for the Product term, while the medium level of satisfaction was rated for the terms of Place, Process, Price, People, Physical Evidence and Presentation, and Promotion orderly.

Regarding to the pre-Loan Services, the customers paid high expectation in terms of Place, People, and Process. But in terms of Physical Evidence and Presentation, Product, Promotion, and Price, they were rated at the medium level of expectation in orderly.

However, the results of customer's satisfaction towards the post-Loan Services were shown differently as follows. The highest satisfaction was rated for the People, Process term, while the medium level of satisfaction was rated for the terms of Place, Physical Evidence and Presentation, Product, Promotion, and Price orderly.

Regarding to the pre-Other Services, the customers paid high expectation in terms of Price, Product, Process, Place, People, and Physical Evidence and Presentation. But in term of Promotion, it was rated at the medium level of expectation in orderly.

However, the results of customer's satisfaction towards the post-Other Services were shown differently as follows. The highest satisfaction was rated for the Product, Physical Evidence and Presentation, and Process, while the medium level of satisfaction was rated for the terms of People, Place, Promotion, and Price orderly.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved