

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติของลูกค้ำต่อระบบบัตรคิวในกระบวนการบริการ
ของธนาคารไทย

ผู้เขียน

นางสาวชุตติกาญจน์ เรือนพระจันทร์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้ำซึ่งได้แก่ ความรู้/ความเข้าใจ/ความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อระบบบัตรคิวในกระบวนการบริการของธนาคารไทย ตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ำธนาคารไทยทุกธนาคารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี สถานภาพเป็นโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท ช่วงวันและเวลาที่มาใช้บริการกับธนาคารผู้ให้บริการมากที่สุดคือไม่แน่นอน และบริการที่ใช้มากที่สุดคือ ฝาก-ถอน/โอน/จ่ายบิล โดยระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารที่ใช้บริการ 3-5 ปี การใช้เวลาคอยคิวในการรับบริการจากธนาคารโดยเฉลี่ยคือ 4-6 นาที ส่วนใหญ่ธนาคารที่ใช้บริการมากที่สุดในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาคือ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาทัศนคติของลูกค้ำต่อระบบบัตรคิวในกระบวนการบริการของธนาคารไทย มีดังนี้

ทัศนคติองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัตรคิว ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีความรู้ความเข้าใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารได้พัฒนาการให้บริการโดยนำระบบบัตรคิวมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับระบบงานต่างๆเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการให้บริการ

รองลงมามีความรู้ความเข้าใจในระดับมากถึงวิธีการใช้เครื่องคัทรคิว และเข้าใจอย่างชัดเจนถึงวิธีการคัทรคิว

ทัศนคติองค์ประกอบด้านความรู้เกี่ยวกับระบบคัทรคิว ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพอใจต่อระบบคัทรคิวของธนาคารไทย ในระดับมาก ได้แก่ ความชัดเจนของตัวอักษร และ/หรือตัวเลขที่ปรากฏบนหน้าจอของเครื่องคัทรคิว รองลงมาความทันสมัยของเครื่องคัทรคิว และความชัดเจนของตัวอักษรและ/หรือตัวเลขที่ปรากฏบนคัทรคิว

ทัศนคติองค์ประกอบด้านแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจที่จะเป็นลูกค้าของธนาคารที่จะใช้บริการเป็นต่อไปแน่นอน และการแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักใช้บริการธนาคารที่จะใช้บริการจะแนะนำแน่นอน

Independent Study Title	Customer Attitudes Towards Card Queuing System in Service Process of Thai Bank
Author	Miss Chutikarn Ruanphrachan
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study aimed at investigating customer attitudes: knowledge/ understanding/belief feeling and action tendency towards queue card system in service process of Thai banks. Samples of this study were identified to 200 customers of all Thai banks in Bangkok. Questionnaires were used as the tool to collect data and the data analysis was conducted by using descriptive statistics: frequency, percentage and mean.

Based upon the studying results, most respondents were single female, aged between 25-34 years old, holding Bachelor's degree, working as employee/private company officer and earning monthly income at amount of 10,001-25,000 baht in average. Date and time in taking services from the banks were uncertain and the most favorite service that they took was Deposit-Withdraw/Transfer/Bill Payment. Period of being customer with the bank that they took services from was 3-5 years and the average length of time that they spent in queue was about 4-6 minutes. In the last 6 months, the bank that they mostly took services from was Kasikorn Bank Public Company Limited.

Hereafter were presented the results of the study on customer attitudes towards queue card system in service process of Thai banks.

For cognitive component towards queue card system, the respondents in general got highest cognition on the element saying that with the bank's attempt to provide the best service, the queue card system had been applied in all service processes to facilitate customers. In

addition, they got high cognition on how to use queuing machine; and vividly understood on pressing the right button on the queuing machine.

For feeling component towards queue card system, the respondents ranked their satisfaction at high level towards the clear fonts and/or figures appeared on the queuing machine's monitor, the high technology of queuing machine, and the clear fonts and/or figures appeared on the queue card.

For action tendency component, the respondents certainly intended to extend the 'customer' status with the bank that they were taking services from and would certainly recommend friends or fellows to get services from the same bank that they chose.