

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ  
ด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)  
สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

ผู้เขียน

นางสาววันวิสาข์ ทาทอง

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. วังวี พฤทธิกานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาที่ลูกค้าประสบจากการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากที่สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต จำนวน 200 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาทต่อเดือน มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารทหารไทยสาขาอื่นมากกว่าสาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยมีจำนวนบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการอยู่คนละ 1 บัญชี ส่วนใหญ่เป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ทั่วไป และบัญชีเงินฝากประจำทั่วไป มีวัตถุประสงค์ในการฝากเงินและถอนเงินมากที่สุด โดยใช้บริการเดือนละ 2 ครั้ง นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 14.01 - 16.00 น. จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท เหตุผลที่ใช้บริการที่สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์

พอร์ต คือ เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00 – 20.00 น. และนิยมทำรายการผ่านพนักงานหน้า  
เคาน์เตอร์มากกว่าทำรายการด้วยตนเอง

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขา  
เซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผสมทางการตลาดของการ  
ให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพการ  
บริการและคุณภาพ รองลงมาคือความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ และความพึงพอใจด้าน  
ผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อระดับความพึงพอใจในด้านต่าง  
ๆ ของส่วนผสมทางการตลาดของการให้บริการ ทั้ง 8 ด้าน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุมี  
ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ และความพึงพอใจด้าน  
ประสิทธิภาพและคุณภาพ อาชีพมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านสถานที่  
ให้บริการ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจด้านขั้นตอนการ  
ให้บริการ

สำหรับปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างประสบจากการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารทหารไทย  
จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต 5 อันดับแรก คือ จำนวนสาขาของ  
ธนาคารทหารไทยที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีไม่เพียงพอต่อความ  
ต้องการ ไม่ทราบว่ามิสาขาของธนาคารทหารไทยเปิดให้บริการในเซ็นทรัลพลา เชียงใหม่ แอร์  
พอร์ต ตำแหน่งที่ตั้งของสาขาเซ็นทรัลพลา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต หายาก ประเภทของบัญชีเงินฝากที่  
มีไม่ตรงกับความต้องการ และกรอกแบบฟอร์มไม่เป็น ไม่ทราบว่าต้องใช้แบบฟอร์มไหน ในการทำ  
ธุรกรรมเนื่องจากไม่มีตัวอย่าง ตามลำดับ

**Independent Study Title** Factors Influencing on Customers' Satisfaction of Using Deposit Services of Thai Military Bank Public Company Limited; Central Plaza Chiang Mai Airport Branch

**Author** Miss Wanwisa Tatong

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc.Prof.Watcharee Prugsikanont

Advisor

Assoc.Prof.Dr.Venus Ruechai

Co-advisor

**ABSTRACT**

This study aims to examine the behavior and those personal factors influencing the level of satisfaction of customers using the deposit services of the Thai Military Bank (Pcl.), Central Airport Plaza branch, Chiang Mai, as well as any relevant problems they encounter. The study collected data through the use of a questionnaire distributed to a sample group of 200 customers who use the services of the branch.

The demographic data shows that the majority of respondents are female, between 31 and 40 years old, educated to bachelor degree level, are employees of private organizations, with an income ranging from 10,000 to 19,999 Baht and have a deposit account at another branch - where they have one account, mainly a savings or fixed account, which is used for the purpose of depositing and withdrawing money. They use the services twice a month, between 14.01 and 16.00, and each transaction usually amounts to less than 10,000 Baht. The reason for using the services at the Central Airport Plaza, Chiang Mai branch, is that it is open every day between 11.00 and 20.00, and they carrying out transactions at a counter, on their own.

Their overall level of satisfaction with the service is high, and the top three marketing mix elements they are most satisfied with are the effectiveness of the services and the quality, the service personnel and the products provided, respectively.

The study into the relationship between personal factors influencing satisfaction with marketing mix of the services in eight aspects to the significance level of 0.05 found that age has a significant relationship with satisfaction with servicing processes and effectiveness and quality, that occupation has a significant relationship with satisfaction with location, and that monthly income has a significant relationship with satisfaction with servicing processes.

The five major problems these customers encounter are that the number of branches in the malls in Chiang Mai does not meet their needs, they do not know that there is a branch located in the mall, it is difficult to find the location of the branch at Central Plaza Chiang Mai Airport, a type of deposit accounts do not fit their needs, and they do not know how to fill in a slip and which slip is for which transaction as there are no samples, respectively.