

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าแบบอิสระ ทศนคติของผู้ประกอบธุรกิจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายปิยะ ศิริมาตย์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ	รัชชชานติ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารารัตน์	บุญเฉลียว	กรรมการ
อาจารย์อรุณ	มณีสงฆ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบธุรกิจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษาใช้การสอบถามจากผู้ประกอบธุรกิจ จำนวน 315 ตัวอย่าง โดยจำแนกตามรูปแบบกิจการ 3 รูปแบบ คือ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ธุรกิจห้างหุ้นส่วน และธุรกิจบริษัท โดยเก็บตัวอย่างรูปแบบละ 105 ตัวอย่างเท่ากัน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ หาค่าอัตราร้อยละ แจกแจงความถี่ และค่าโคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทซื้อมา-ขายไป รองลงมาคือธุรกิจบริการ และธุรกิจอุตสาหกรรมตามลำดับ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในระหว่าง 1 - 5 ปี ผู้ประกอบธุรกิจใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือ ธนาคารกรุงไทยฯ และธนาคารกสิกรไทยฯ ระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์มากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในระหว่าง 1- 5 ปี สาเหตุที่เลือกใช้บริการเรียงตามลำดับคือ ใกล้เคียง สาขาให้บริการมาก และชื่อเสียงภาพพจน์ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เคยย้ายการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์โดยมีสาเหตุเรียงตามลำดับคือสถานที่ติดต่อสะดวกกว่า มีสาขาบริการมากและไม่พอใจการให้บริการของพนักงาน ใน

ด้านการให้บริการผู้ประกอบการให้บริการเรียงตามลำดับดังนี้ ประเภทบัญชีออมทรัพย์-
บัญชีเงินฝากประจำ ประเภทบัญชีกระแสรายวัน และประเภทโอนเงิน ซื้ดร้าฟท์

การศึกษาทัศนคติพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการให้บริการของ
ธนาคารพาณิชย์ว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นการให้บริการ
ประเภทบัญชีกระแสรายวันและบริการด้านอัตราค่าธรรมเนียม เรื่องการปรับปรุงการให้
บริการพบว่าต้องการให้ปรับปรุงในด้านวงเงินอนุมัติของบริการประเภทสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย
เงินฝาก-เงินกู้ กฤษฎา วาจา มารยาทของการให้บริการของพนักงาน บริการด้านสถานที่
ที่ต้องเพิ่มจำนวนสาขาบริการ สถานที่จอดรถ บริการด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต้อง
ปรับปรุงให้ทันสมัย การบริการด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ต้องปรับปรุงเรื่องข่าวสารข้อมูล
ของบริการต่างๆที่มี ให้มากกว่านี้

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่าทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการให้บริการของ
ธนาคารพาณิชย์ ตามรูปแบบธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน ในประเภทบริการและบริการด้านต่างๆ
ดังต่อไปนี้ ประเภทกระแสรายวัน ประเภทสินเชื่อ ประเภทโอนเงิน ซื้ดร้าฟท์ ประเภท
หนังสือรับรอง ค่าประกัน ด้านจำนวนสาขา ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ด้านการ
บริการของพนักงาน ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ด้านอัตราค่า
ธรรมเนียมและด้านอาคาร สถานที่ทำการ ส่วน ทัศนคติที่แตกต่างกัน ในประเภทบริการและ
บริการด้านต่างๆ มีดังต่อไปนี้ ประเภทบัญชีออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ ประเภทธุรกิจต่าง
ประเทศ ประเภทเรียกเก็บเงินตามตราสารทางการเงินและการส่งเสริมการขายในด้านโฆษณา
ประชาสัมพันธ์

and Thai Farmer Bank PCL. They had been using the services of the bank about 1-5 years. The reasons for using specific bank were the bank located nearby their offices, there were many branches and the good image of the bank. The most of the entrepreneurs used to change the bank because the convenient to contract, the bank had to many branches and dissatisfied with the bank official. The service that the most entrepreneurs used were savings account/ fixed deposits, checking account, and transfer money service/demand drafts issued respectively.

The study found that most of the attitudes of the entrepreneurs toward services of commercial banks were the bank should improved almost all of their services except the checking account and the commission rate. The services that the bank should improved were amount of credit line, interest rate of deposits and loans, the manner of bank official, the number of the branches, parking lot, new technology and informations on the bank services.

The result from hypothesis testing showed that, the attitude of the entrepreneurs toward services of commercial banks according to the types of business were not different toward checking account, loans services, transfer money service/ demand draft issued, the equipments, the services of bank official and the location of bank. But their attitude were different toward savings account/ fixed deposits, foreign business services, bills for collection service and promotion such as advertising and public relation activities.