

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย เซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่

ผู้เขียน นายชุตนา ศิริธร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้ามาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 252 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลในรูปแบบการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพอสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 252 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. เหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะสามารถใช้บริการได้ในวันหยุด ส่วนใหญ่มีวันที่ใช้บริการไม่แน่นอน โดยให้ความสนใจของชำระที่เป็นกระเป๋าสตางค์และส่วนใหญ่ใช้บริการด้านการฝาก/ถอนเงินมากกว่าด้านอื่น

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ ส่วนใหญ่โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยมากตามลำดับดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการใช้บริการ ด้านสถานที่ ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรกในด้านกายภาพได้แก่ เรื่องธนาคารได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ด้านบริการได้แก่การฝากถอนเงิน ด้านบุคลากรได้แก่เรื่องพนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการด้านกระบวนการ

ในการใช้บริการ ได้แก่เรื่องความถูกต้องในการให้บริการ ด้านสถานที่ ได้แก่เรื่องเวลาปิด-เปิด ด้านการส่งเสริมการตลาดได้แก่เรื่องมีของแถมเมื่อเปิดบัญชีและด้านราคาได้แก่เรื่องค่าธรรมเนียมในการแลกเงินส่วย่อย สำหรับปัญหาที่พบจากการใช้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่อง ระบบออนไลน์เสียบ่อย เป็นปัญหาลำดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Customer's Satisfaction Towards Services of The Siam Commercial Bank (Public) Company Limited, Central Airport Sub Branch, Chiang Mai	
Author	Mr. Yuthana Sirithorn	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Lecturer Nitaya Watanakun	Chairperson
	Assistant Professor Dararatana Boonchaliew	Member

ABSTRACT

This objectives of these independent study was to study customer's satisfaction towards services of the Siam Commercial Bank (Public) Company Limited, Central Airport Sub Branch, Chiang Mai. The data was collected from questionnaires of 252 customers who using the bank services and it was analyzed by descriptive statistics including frequency distribution, percentage and mean. It was summarized as follows.

Most of the respondents were single female aged between 20 –30 years old and holding bachelor's degree. Most of them were company employees who earned no more than 10,000 baht per month. They usally used business service 1 – 2 times/month during 18.01 – 20.00 p.m. The respondents indicated that the most important reason for using this bank's service was because the bank opened in the weekend, however, they had uncertain date of using the bank services. Most of them put high concern on the bag souvenir and they used deposit/withdrawn service more than other service.

For the satisfaction of customers using services of the Siam Commercial Bank (Chiang Mai Central Airport Sub-branch), it was found that most of the respondents ranked their satisfaction service on marketing mix as following average physical evidence, product and

people, processes, and place respectively, while, promotion, and price factors received moderate level. The sub-factors of physical evidence which the respondents ranked at the first level of satisfaction was modern technology of the bank services. The sub-factors of product and service which the respondents ranked at the first level of satisfaction was deposit/withdrawn service. The sub-factors of people which the respondents ranked at the first level of satisfaction was enthusiastic staff who offered good care of service. The sub-factors of processes which the respondents ranked at the first level of satisfaction was the accuracy of the bank services. The sub-factors of place which the respondents ranked at the first level of satisfaction was the working hour of the bank. The sub-factors of promotion which the respondents ranked at the first level of satisfaction was the premiums that the respondents received when they opened the new bank account. The sub-factors of price which the respondents ranked at the first level of satisfaction was the cash exchange fee. Therefore, it was found that the respondents faced an inconsistency of an on-line services at a first priority.