

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม ในกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน นายอาทิตย์ โลหะญาณาจารย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.รวิพร คูเจริญไพศาล

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุรยา

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คน ที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t - Test และ One Way ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ สำหรับปัจจัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่าอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สำหรับปัจจัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อเปรียบเทียบเพื่อหาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสของลูกค้าธุรกิจเท่านั้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคล อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ ประเภทธุรกิจขององค์กร และขนาดขององค์กร และปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ และประเภทของบริการที่มาติดต่อขอใช้บริการ พบว่า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม

Independent Study Title Customer Satisfaction Toward Services of Bangkok Bank Public Company Limited, Nong Khaem Branch in Bangkok Metropolitan

Author Mr. Arthit Lohayanajaree

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Rawiporn Khocharoenpisan Chairperson

Asst. Prof. Theerakiti Navaratana Na Ayudhya Member

ABSTRACT

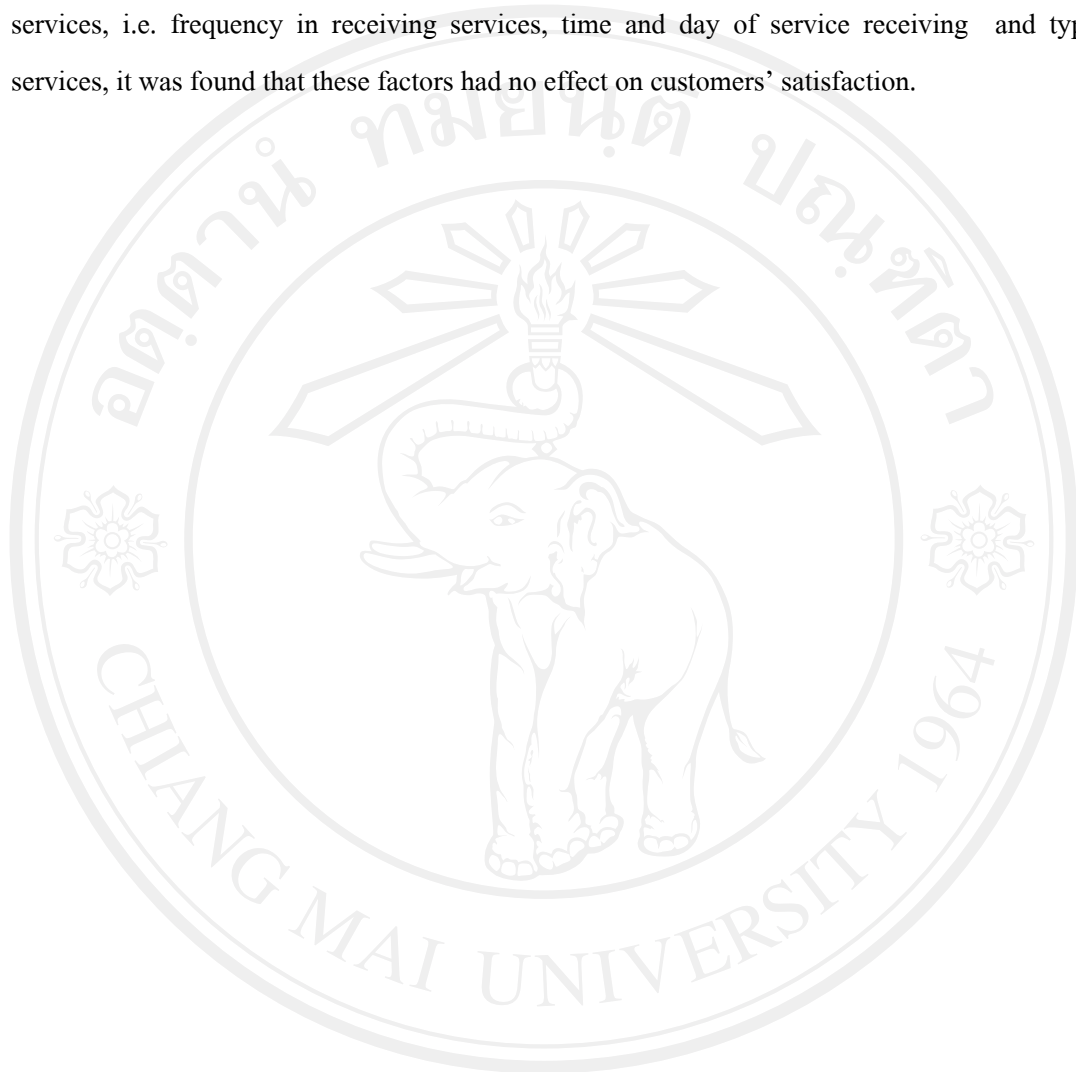
This independent study aimed to studying customers' satisfaction towards services of Bangkok Bank Public Company Limited, Nongkhaem Branch. 100 of business customers and 100 of household sampling, of Bangkok Bank Public Company Limited, Nongkhaem Branch. Data was collected by a questionnaire using rating scales. Statistics of frequency, percentage, means, standard deviations (S.D.), T-Test and One Way Anova were used.

The results revealed that business customers were satisfied with services of Bangkok Bank Public Company Limited, Nongkhaem Branch at a high level. The minor factors ranked at a high level of satisfaction were people, product, place, physical evidence and presentation and process. In addition, the minor factors ranked at those of a moderate level were price and promotion.

The results revealed that general household customers were satisfied with services of Bangkok Bank Public Company Limited, Nongkhaem Branch at a high level. The minor factors ranked at a high level of satisfaction were people, product, place, process and physical evidence presentations. In addition, the minor factors ranked at those of a moderate level were price and promotion.

In comparison to individual factors and behaviors in obtaining service which affected customers' satisfaction towards services of Bangkok Bank Public Company Limited, Nongkhaem Branch; it appeared that only marital status of business customers had effect on customers'

satisfaction. Considering other personal factors, i.e. gender, age, educational degree, personal income, career, position, type of organization and size of organization, and behaviors in obtaining services, i.e. frequency in receiving services, time and day of service receiving and type of services, it was found that these factors had no effect on customers' satisfaction.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved