

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยต่าง ๆ ของ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ และนำผลงานการศึกษาที่ได้รับ ไปปรับปรุงการทำงานในด้านการบริการ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการกับ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน เลือกสุ่มตัวอย่างวันละ 15 คน เป็นระยะเวลา 1 เดือน หรือ 20 วัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อัตราร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.7 เพศชายร้อยละ 49.3 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 39.3 ประกอบอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้าง ร้อยละ 48.3 ระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ ระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 31.7 ประเภทบริการของธนาคารกสิกรไทย ที่ใช้บริการ (ด้านเงินฝาก ประเภทออมทรัพย์ ร้อยละ 60.4 ด้านเงินให้กู้ยืม กู้เบิกเงินเกินบัญชี ร้อยละ 37.9 ด้านบริการอื่น ๆ บัตร เอทีเอ็ม ร้อยละ 46.3)

ผลการศึกษาในด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่จะมีระดับความพึงพอใจระดับปานกลางทุกปัจจัย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดเพียง 2-3 ปัจจัยเท่านั้น และยังมีปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านราคา อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม และปัจจัยด้านกระบวนการ(ขั้นตอนการให้บริการ) คือ จำนวนพนักงานที่ให้บริการ แสดงให้เห็นว่าอาจจะเกิดปัญหาต่อธุรกิจได้ในอนาคต

ธนาคารควรพิจารณาปรับปรุงการให้บริการในทุก ๆ ด้านเพื่อแข่งขันในตลาดได้ และความอยู่รอดของธุรกิจ โดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับให้มากขึ้น ด้านราคา พิจารณาอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้เหมาะสมและแข่งขันกับตลาดได้ ส่วนในด้านอื่น ๆ ที่ควรแก้ไขคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ(ขั้นตอนการให้บริการ) ธนาคารควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น จัดสรรตำแหน่งงานในการให้บริการให้เหมาะสมสามารถรองรับลูกค้าที่ใช้บริการจนได้รับความพึงพอใจสูงสุด ที่สำคัญคือต้องดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเชิงรุก เช่นเดียวกับที่ธนาคารกำลังดำเนินการอยู่ คือ มีทีมงานการขายออกให้บริการและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง แต่ธนาคารต้องคำนึงถึงจำนวนพนักงานที่ให้บริการต้องมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการที่มีคุณภาพสูงสุด

The study of customers' satisfaction regarding services offered by Thai Farmers Bank, Rachawong Branch, Chiang Mai has the objective to know how customers are satisfied with the services of that branch based on factors in the marketing mix. The study is to be used to improve the services offered by Thai Farmers Bank Rachawong Branch.

The data was collected by sampling questionnaire of 300 customers of the Rachawong Branch : 15 customers were sampled each day for a 20 day period. The questionnaire asked customers about personal data and service satisfaction; the data was analyzed based on marketing mix factors. The SPSS and descriptive statistic were used in the form of percentage and mean.

The result of the study found that 50.70 % of the sampling group are females and 49.30 % are Males, 39.30 % are aged between 26-35 years old, 49.30 % are employed. Period of being the customer at Rachawong Branch: between 1-5 years is 31.70%. Service type : saving deposit is 60.40 %. Loan and Overdraw is 37.90 %, and other services such as ATM card is 46.30 %.

The study of customers' satisfaction regarding services of Thai Farmers Bank, Rachawong Branch found that the level of the satisfaction of the customer for the marketing factors in the marketing mix is mostly at on average level of satisfaction. There are a few factors for high satisfaction. A lower level of satisfaction from customer response included, factors of price, deposit interest rate and loan interest, service procedure, the number of service staff. The low level of satisfaction will be a problem for the business in the future.

The bank should consider improving all services regarding marketing competition and for survival by considering the marketing mix factors : the product. The bank should increase promotional materials and promotional value to inform customers how they will receive more benefits from banking at Thai Farmers Bank, Rachawong Branch. The price factor, the interest rate and fees should be considered based on market competition. Others factors that should be improved are the public relations and procedures. It means that the bank should increase its public relations and allocate the position in service property to increase customer satisfaction. The important thing is aggressive marketing as well as strengthening the banks sales force by strengthening the relationship to the customers directly. Also the bank must be more aware of their service staff training to serve the customers and to give the customers the best quality.