

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคาร: กรณีศึกษาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยแม่กลอง วิธีการศึกษา จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยแม่กลอง จำนวน 374 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปตารางแสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของสาขาซอยแม่กลอง เหตุผลที่มาใช้บริการ คือ ธนาคารอยู่ใกล้สะดวก ระยะเวลาที่มาใช้บริการเกิน 4 ปีขึ้นไป บริการที่ใช้บ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านฝาก-ถอน วันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ วันจันทร์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 10.01-11.30 น. ระยะเวลาเฉลี่ยที่พนักงานใช้ในการให้บริการมากที่สุด คือ 3-5 นาที ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเปิดบัญชีใหม่มากที่สุด คือ 6-10 นาที

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งของสาขา การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วนเป็นระเบียบ ทางเข้า-ออกของธนาคาร ความ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ ขั้นตอนการให้บริการ ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยพนักงานแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย ความถูกต้องในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการ ความสามารถในการให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ไขปัญหา พนักงานมีกิริยาอาการอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน และการยิ้มแย้ม การต้อนรับและการกล่าวคำอำลา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย บริการด้านเงินฝาก ได้แก่เงินฝากออมทรัพย์ กระแสรายวัน ฝากประจำ บริการด้านอื่น ๆ ได้แก่ บริการบัตรเครดิตเอ็ม บริการเงินโอน บริการบัตรเครดิตและบริการด้านสินเชื่อ ได้แก่ เงินกู้เบิกเกินบัญชี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความชัดเจนของป้ายประกาศ ป้ายแนะนำบริการ ความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลบริการของธนาคารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของธนาคาร

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความสะอาดเรียบร้อยของธนาคาร ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ระบบเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการในเวลาปกติ

ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย อัตราค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตเอ็ม อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ในระดับพึงพอใจปานกลางทุกปัจจัย ยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตเอ็มที่มีความพึงพอใจมาก

This independent study aims to investigate the customer satisfaction towards deposit-withdrawal banking services: a case study of the Krung Thai Bank Public Company Limited, Mae Klong Sub Branch. The method of data collection is using the questionnaires. There are 374 respondents who are customers of Mae Klong Sub Branch. Data are analyzed and presented by the form of descriptive statistics: frequency, percentage and means.

The study finds that most of the customers of the Krung Thai Bank, Mae Klong Sub Branch are female, aging between 31 and 40 years old. They have a bachelor degree and work as the government officer's and public enterprise's employees. Their income is between Bt. 5,001 to 10,000 per month. Most of the customers have the account with Mae Klong Sub Branch. The reason for using the banking services is the convenience of the bank's location. They have been the customers for more than 4 years and regularly come to the bank on Monday, between 10.01-11.30 am. The services that the customers use the most are deposit and withdrawal services. The average time for a general service is 3-5 minutes and 6-10 minutes for opening a new account.

The study also finds that the respondents have a high level satisfaction towards the Bank's services. The details are in the following order.

Place: the respondents have a high satisfaction towards the bank's office especially its location; the layout, cleanliness and tidiness of the bank's office; and the sufficient forms and the equipments at service counters.

Process: the respondents have a high satisfaction towards the process of services, including queuing service, convenience and rapidness of services.

People: the respondents have a high satisfaction towards the Bank's officers including competency in consulting services; service accuracy; clean and suitable uniforms; gentle manners; and service-minds.

Products: the respondents have a high satisfaction towards the types of Bank's services, including the deposit services (saving, current and fix accounts); credit services (ATM, transfer, credit cards) and other services.

Promotion: the respondents have a high satisfaction towards the Bank's promotion including the bank notices and boards, the bank's information documents and public relation services.

Physical Evidence: the respondents have a high satisfaction towards the Bank's physical appearance including the cleanliness; the modernity and availability of equipments and technologies; facilities while waiting for a service; and the adequacy of the Bank's personnel in service.

Price: the respondents have a moderate satisfaction towards the Bank's services fees including the transfer, the credit card, and interest rate while ATM's fee is scored at a high satisfaction.