

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ : กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาดนนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม วิธีการศึกษา ได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาดนนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม ในส่วนของเคาน์เตอร์ให้บริการ จำนวน 200 ราย โดยกำหนดให้เป็นลูกค้าสาขาดนนทบุรี (นครปฐม) จำนวน 100 ราย และลูกค้าต่างสาขา จำนวน 100 ราย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปตารางแสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท เหตุผลที่มาใช้บริการ คือ ธนาคารอยู่ใกล้ สะดวก วันที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ ไม่มีวันที่แน่นอน มาใช้บริการในช่วงเวลา 10.31-11.30 น. และบริการที่ใช้บ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านเงินฝาก

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านราคามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ การกล่าวคำทักทายและขอบคุณ และความชัดเจนในการตอบปัญหา

ด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสะอาดเป็นระเบียบ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมทั่วไป เทคโนโลยี อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน และจำนวนเก้าอี้พักคอย

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านบริการบัตรเครดิตเอ็ม บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ บริการโอนเงิน บัญชีเดินสะพัด เงินกู้เพื่อการเคหะ เงินกู้เบิกเกินบัญชี เงินกู้ทั่วไป และบริการบัตรเครดิต

ด้านช่องทางให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของสาขา และความชัดเจนของเคาน์เตอร์ให้บริการ

ด้านขั้นตอนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ การจัดระบบบัตรคิว ขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร และการมีพนักงานแนะนำบริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการข้อมูลของธนาคาร การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และเอกสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์

ส่วนด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตเอ็ม ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั่วไป อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เบิกเกินบัญชี อัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการเคหะ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ และค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตในระดับพึงพอใจปานกลางทุกปัจจัย

The objective of this independent study was to investigate the customer satisfaction towards banking services of commercial banks : A case study of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Thanon Songphon (Nakhon Pathom) Branch, Nakhon Pathom Province. The study was focused on the counter services with the data collection of 200 samples ; 100 from Thanon Songphon (Nakhon Pathom) customers and 100 from other branch customers. The analysis was conducted by means of descriptive statistics and presented in form of frequency distribution tables, percentages and mean values.

It was found that the majority of the respondents were female, ageing between 30-39, with bachelor degrees, private company employees, earning below 10,000 baht per month. The main reason for using their service was the bank's location : near and convenient. There was no specific day for customers coming to the bank , however, they usually came to the bank between 10.31 am and 11.30 am. The service that the customers used the most was the deposit service.

## TE145137

From the Questionnaire , the satisfaction towards the following service marketing mix was at a high level with the descending mean values : People, Physical Evidence, Product, Place, Process and Promotion, respectively. Unlike the other service marketing mix, the price was at a moderate level of satisfaction.

**People :** The customer satisfaction level was high. In this category, the customer was highly satisfied with the dresscode, politeness, service care, service accuracy, greeting, and clear answers to the questions.

**Physical Evidence :** The customer satisfaction level was high. In this category, the customer was highly satisfied with the cleanliness and perfect order, general atmosphere and environment, technology and office equipment, and the sufficient number of waiting chairs.

**Product :** The customer satisfaction level was high. In this category, the customer was highly satisfied with the ATM card service, saving account, bill payment service, money transfer service, current account, mortgage loan, overdraft account, loan, and credit card service.

**Place :** The customer satisfaction level was high. In this category, the customer was highly satisfied with the branch's location and clear signs at the service counter.

**Process :** The customer satisfaction level was high. In this category, the customer was highly satisfied with the rapidness of service, queuing system, the service process, and the staff's assistance.

**Promotion :** The customer satisfaction level was high. In this category, the customer was highly satisfied with the bank information service, the provided information, and the layout of the brochure .

**Price :** The customer satisfaction level was moderate. In this category, the customer was moderately satisfied with the ATM card fee, money transfer fee, loan interest rate, saving deposit interest rate, overdraftd account interest rate, longterm deposits interest rate, mortgage loan interest rate, fixed deposit interest rate and credit card fee.