

ชื่อเรื่อง	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายพนม คอนรัมย์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา สิริชัย

บทคัดย่อ

171280

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเป็นต่อปัจจัย
ทางการตลาดของผู้ใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขาเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการ
ตลาดของผู้ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
สาขาเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการ
เกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
จากลูกค้าที่มาใช้บริการชำระค่าสินค้าและผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา
เชียงใหม่ จำนวน 140 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21-30 ปี
มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็น ข้าราชการ/
รัฐวิสาหกิจ ใช้บริการการรับชำระค่าโทรศัพท์บ้าน TA, TOT และ TT&T

สำหรับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการ
เกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทาง
กายภาพ ด้านบริการ ด้านกระบวนการ และให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ
ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา

ส่วนปัญหาในการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีการให้บริการล่าช้า
ด้านบุคลากร มีพนักงานหน้าเคาน์เตอร์น้อย ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์น้อย
และการสื่อสารกับลูกค้ายังมีไม่ชัดเจน ด้านสถานที่ มีสถานที่ในการรอใช้บริการ เช่น เก้าอี้ มีน้อย
สถานที่จอดรถดับแคบ ด้านอื่น ๆ ระบบการสื่อสารและระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้องบ่อย

171280

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา และด้านสถานที่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

Title	The customer's suggestion on Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Chiang Mai brance for service payment
Author	Mr.Panom Khonram
Degree of	Master of Business Administration In Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Patama Sittichi

ABSTRACT**171280**

The purposes of this research were to study: 1) the opinion on Marketing Mix Factors of the customers who used service payment of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (Chiang Mai Branch); 2) the relationship between personal factors of those customers and Marketing Mix Factors; and 3) the customers' problems from using service payment of the bank. The data were collected by means of questionnaires from 140 bank's customers.

It was found that most respondents were females with the age between 21 – 30 years and got bachelor degree. They earned a salary between 5,001 – 10,000 baht per month. They worked as government officials or state enterprise employees and used bank service payment on TA's, TOT's and TT&T's bills.

The respondents' opinion on Marketing Mix Factor was at a high level in the following items: places, personnel, appearance, services, and processes respectively. However, there was a medium level of opinion in promotion and price respectively.

On problems concerning service payment, it was found that the services were very slow and there were inadequate bank counter officers. There was also not enough bank advertisement and clear communication with the customers. Moreover, there was less equipment such as chairs in bank's service areas and parking lots were insufficient. The communication systems and computers usually broke down.

171280

On hypothesis testing between the personal factors and the market factors, it was found that sex was related with the market factor – price and place. The educational level was related with price. The age was related with services and appearance. The income was related with place and appearance. The occupation was related with price, promotion, and appearance.