



246326

ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

สุพร แก้วปิง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤษภาคม 2554

600250860



ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

สุพร แก้วปิง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤศจิกายน 2554



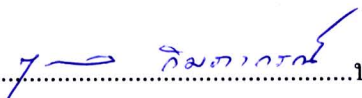
ความคิดเห็นของลูกค้ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

สุพร แก้วปิง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

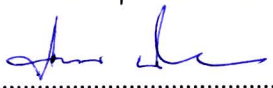
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

..........ประธานกรรมการ

ดร.นฤมล กิมภากรณ์

..........

รองศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ นายสุวรรณ

..........กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ นายนสุวรรณ

..........กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติณัฐ ชุติกาวิทย์

22 พฤศจิกายน 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็น ข้อชี้แนะและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.นฤมล กิมภากรณ์ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ ชูลีกาวิทย์ กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้กรุณามาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ และได้ให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดระยะเวลาที่เรียนในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ปริญญโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานทั้งในการเรียน การทำวิจัย และ การสอบการค้นคว้าแบบอิสระ รวมถึงกำลังใจ การช่วยเหลือเกื้อกูล การแลกเปลี่ยนความรู้ จากพี่ ๆ เพื่อน ๆ ทั้งที่เรียนในมหาวิทยาลัย และที่ทำงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย ที่ดีเสมอมา

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัว ที่คอยเป็นแรงผลักดันและเป็นกำลังใจให้กับผู้เขียนจนประสบความสำเร็จในครั้งนี้

สุพร แก้วปิง

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้เขียน

นางสุพร แก้วปิง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ

บทคัดย่อ

246326

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เครื่องมือในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 2-5 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยผ่านสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า (เปิดให้บริการทุกวัน) มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมากกว่า 2 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทยผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมาก ได้แก่ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน และเหตุผลที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากที่สุด ได้แก่ มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และเป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง

ในการศึกษานี้ได้ทำการวัดความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน พบว่า

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย ต่อ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน

ผลการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อความสำคัญของปัจจัยทั้ง 4 ด้านในการสะท้อนให้
เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าของ
ธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญ อยู่ในระดับ
มากที่สุด ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน)

Independent Study Title	Opinions of Customers in Amphoe Mueang Chiang Mai Towards Image of Being a Convenience Bank of Krung Thai Bank Public Company Limited
Author	Mrs.Suporn Kaewping
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan

ABSTRACT

246326

The objective of this study was to examine the opinions of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai towards image of being a convenience bank of Krung Thai Bank Public Company Limited. 400 Amphoe Mueang Chiang Mai customers were samples. The purposive sampling was used for Quota Samples i.e. 20 samples for each branch. The tool for collecting the data was a questionnaire. The collected data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage and mean)

The study results revealed that most questionnaires respondents were female, aged between 31 to 40 year old and were educated to a bachelor's degree level. In term of occupation, most of them were government officials. Their personal income was from 10,001-20,000 baht. They frequently used the bank's service, about 2-5 times per month. They mostly used the sub-branch service in the shopping malls (opened daily) and had been the bank's customers for more than 2 years. Most of used the counter service and were deposit/withdrawal/money transfer. The reason for using these services was its location, the bank's stability and its reputation.

This study measured opinions of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai, towards image of being a convenience bank of Krung Thai Bank Public Company Limited on 4 dimensions. The opinions were at agreeable level on all 4 dimensions.

246326

The study results showed that overall the opinions of the customers towards the importance of the 4 dimensions to be a convenience bank of Krung Thai Bank Public Company Limited were at the most important level.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๕
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 แนวคิดการเป็นธนาคารเสนอสะดวกของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)	9
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	18
3.2 วิธีการศึกษา	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	23
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ	23

บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	58
5.2 การอภิปรายผล	65
5.3 ข้อค้นพบ	70
5.4 ข้อเสนอแนะ	71
5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก หนังสืออนุญาตให้ทำการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ	78
ภาคผนวก ข หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา และเผยแพร่การศึกษา	79
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	80
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	25
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	26
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	26
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	27
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	28
6 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยต่อเดือน	29
7 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	30
8 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย	30
9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการบริการที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้	31
10 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบริการที่ใช้ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	32
11 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	33
12 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร	34
13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร	35
14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ	37
15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	39
16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร	41

- 17 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย
ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ
ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 43
- 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญ
ของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 44
- 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญ
ของปัจจัย ด้านช่องทางการให้บริการ ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 47
- 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญ
ของปัจจัย ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 49
- 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญ
ของปัจจัย ด้านบุคลากร ในการช่วยสะท้อนถึง การเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 52
- 22 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อภาพลักษณ์
ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 55