

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม
ผู้วิจัย ยุทธศิลป์ สมดี ปริญญา ศศ.ม. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา)
กรรมการที่ปรึกษา พศ.ดร.รังสรรค์ สิงหนาท อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
พศ.ดร.สมสงวน ปัสสาวะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม และความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน ที่ได้มาโดย การสุ่มแบบชั้นภูมิและการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา จำนวนครรภ์ใน การติดต่อธนาคารในรอบปี ประเภทของการใช้บริการ จำนวนเงินที่ฝากธนาคาร จำนวนเงินที่กู้ ธนาคาร ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ ด้านระยะเวลาให้บริการ ด้านผลตอบแทน ด้านพฤติกรรมพนักงาน ด้านข้อมูลการให้บริการ และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณเชิงเส้นตรง โดยกำหนดคันบัญชาถ่ายทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม พบว่า โดยรวม ระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม มีความพึงพอใจในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมพนักงาน ($\bar{X} = 3.74$) ด้านระยะเวลาการให้บริการ ($\bar{X} = 3.73$) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ($\bar{X} = 3.68$) และด้านระบบการให้บริการ ($\bar{X} = 3.61$) และมีความพึงพอใจระดับปานกลาง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ($\bar{X} = 3.27$) ด้านสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.19$) และด้านข้อมูลการให้บริการ ($\bar{X} = 3.06$)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม มีทั้งหมด 7 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจมากไปน้อย ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ ($Beta=.312$) ด้านสถานที่ให้บริการ ($Beta=.229$) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ($Beta=.209$)

ด้านพฤติกรรมพนักงาน ($\beta=0.187$) ด้านระดับการศึกษา ($\beta=0.112$) ด้านรายได้ ($\beta=0.087$) และจำนวนครั้งในการติดต่อธนาคารในรอบปี ($\beta=0.069$) โดยตัวแปรทั้งหมดที่นำมาศึกษาสามารถอธิบายการผันแปรในตัวแปรตามได้ร้อยละ 72.70 ($R=0.853$, $R^2=0.727$)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขามหาสารคาม มีดังนี้ ด้านระบบการให้บริการควรปรับปรุง การบริการให้รวดเร็วและมีความเสมอภาคในการบริการ ด้านสถานที่ให้บริการควรปรับปรุงที่นั่งพักรอรับบริการและที่จอดรถให้น่ากั้นกว่าเดิม ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ควรปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ทันสมัยใช้งานบริการได้รวดเร็ว ด้านพฤติกรรมพนักงานควรปรับปรุงการกล่าวคำสวัสดีและขอบคุณลูกค้าผู้มาใช้บริการทุกครั้ง ระดับการศึกษาควรปรับปรุงการสื่อสารทำความเข้าใจกับรายที่มีการศึกษาน้อยจะต้องซึ่งเพิ่มขึ้น จำนวนครั้งในการติดต่อธนาคารในรอบปีมีความสำคัญเช่นกัน ควรปรับปรุงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและลูกค้าธนาคารอยู่เสมอเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการบริการ ควรสนับสนุนให้ส่วนงานที่เกี่ยวข้องจัดการอบรมพนักงานทางด้านประกันชีวิตเพื่อเสนอให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อเพิ่มหลักประกันชีวิตให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ ได้หลายช่องทางยิ่งขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

TITLE : Factors influencing satisfaction of customers of kasikornthai bank (Kbank) ,

Mahasarakham Branch

AUTHOR : Mr.Yuttasin Somdee **DEGREE :** M.A.(Social Social Sciences for Development)

ADVISORS : Assoc Prof. Dr.Rungsan Singhalert

Chairman

Assoc Prof. Dr.Somsanguan Passago

Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2015

ABSTRACT

This research aimed to study satisfaction level of Kasikornbank 's customers at Mahasarakham Branch, factors influencing customers 's satisfaction of Kasikornbank at Mahasarakham Branch,Mahasarakham Province and opinion and suggestion of customers. The sampled group consisted of three hundred and eighty-eight(388) people sampled by Stratified Random and Simple Random. The measuring instrument was questionnaire with 5-class rating scale. Specify independent variables are sex,age,monthly income, education degree, a time of the year to contract with the bank, usable service, a quantity of money to deposit the bank, a quantity of money to loan the bank, the place to give a service, the system to give a service, the time to give a service, reward the behaviour of the officials, the data to give a service, the measuring instrument and the tool. The statistical analysis is frequency percentage, average, standard deviation and Multiple Linear Regression with 0.05 significance level.

The research results can be summed up as follow:

For satisfaction level of Kasikornbank 's customers at Mahasarakham Branch, Mahasarakham Province, satisfaction were mostly in hing level. When considering each area of customers' satisfaction of Kasikornbank at Mahasarakham Branch, Mahasarakham Province, it was found that the most high level of satisfaction were 4 areas:behaviour of the officials ($\bar{X} =3.74$) the time to give a service ($\bar{X} =3.73$) the measuring instrument and the tool ($\bar{X} =3.68$) and the system to give a service ($\bar{X} =3.61$). The medium level of satisfaction were 3 parts: reward ($\bar{X} =3.27$) the place to give a service ($\bar{X} =3.19$) and the data to give a service ($\bar{X} =3.06$).

Factors affecting satisfaction of Kasikornbank ‘s customers at Mahasarakham Branch, Mahasarakham Province consisted of 7 variables. The variables affecting the satisfaction from hing to low level were as follow: system to give a service (Beta=.312) the place to give a service (Beta=.229) the measuring instrument and the tool (Beta=.209) the behaviour of the officials (Beta=.187) the education degree (Beta=.112) a time of the year to contract with the bank (Beta=.069) and the monthly income (Beta=.087). All variables can enumerate a variable of dependent variable with 72.70 percent ($R=0.853$, R Square=0.727).

Opinion and suggestion in giving a service for Kasikornbank ‘s customers at Mahasarakham Branch, Mahasarakham Province were as follows: the bank should adjust speed and neutral service, provide the waiting seat, more car park, computer service for the measuring instrument and the tool, the bank officers should say the polite greeting like “Hello and Thank” to customers, adjust communication and understanding with person who have the low education degree, build friendship between bank officers and customers for protecting the error in a service, and should support the training of relevant staffs of insurance to offer to customers in order to increase life insurance in many more channels.

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY