

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า  
เขตจังหวัดปทุมธานีนอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ

นายนาวิ พรหมฉวี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

การตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2553

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า  
เขตจังหวัดปทุมธานีนอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ

นายนาวิ พรหมฉวี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

การตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ  
จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)  
สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี  
นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ  
Customer Opinions on Weekend and Extra-evening  
Weekdays Services of Bangkok Bank PLC and Kasikorn  
Bank PLC-Pathumthani Shopping Center Branches

โดย

นายนาวิ พรหมฉวี


วิชาเอก


การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง


คณะกรรมการ พิจารณางานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้แล้ว มีมติเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตได้

  
..... ประธานกรรมการ  
(ดร.พีรยุทธ์ พัฒน์ธนนันท์)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์สุภาพร คูพิมาย)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

  
..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชงกรณ์ กุณฑลบุตร)

วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ
ชื่อ	นายนาวิ พรหมฉวี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง
วิชาเอก	การตลาด
ปีการศึกษา	2553

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลการใช้บริการ ความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาที่เปิดทำการใน ศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและ วันหยุดราชการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้า ที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 392 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่า ที่แบบอิสระ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็น รายคู่ โดยวิธี LSD ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุมากกว่า 20 - 30 ปี โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ใน ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและห้างร้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 10,000 - 20,000 บาท ประเภทบริการที่ลูกค้าใช้บริการในปัจจุบันมากที่สุดคือด้านบัญชีเงิน ฝากสะสมทรัพย์ รองลงมาคือการใช้บริการด้านบัตรเครดิตเอ็ม ปริมาณการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5 ครั้ง โดยช่องทางการให้บริการที่เลือกใช้มากที่สุด คือ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ซึ่ง ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีระยะเวลามากกว่า 3 ปีขึ้นไป โดยเหตุผลที่เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ เพราะ มีสาขาอยู่ที่ใกล้บ้านหรืออยู่ใกล้ที่ทำงาน เหตุผลรองลงมาคือ มีความ สะดวกในการใช้บริการนอกเวลาทำการและในวันหยุดราชการ และผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของ ลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ ในด้านผลิตภัณฑ์บริการของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล เมื่อเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์บริการของธนาคาร และด้านราคา ที่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการสื่อสาร ที่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน และลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกันแต่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน

Independent Study Title	Customer Opinions on Weekend and Extra-evening Weekdays Services of Bangkok Bank PLC and Kasikorn Bank PLC-Pathumthani Shopping Center Branches
Name	Mr. Navee Promchave
Advisor	Assistant Professor Supa Tongkong
Major	Marketing
Academic Year	2010

### ABSTRACT

This research aims to study customer opinions on weekend and extra-evening weekdays services of Bangkok Bank PLC (BBL) and Kasikorn Bank PLC (KBANK) - Shopping Center Branches in Pathumthani. Questionnaires were used to collect data from 392 customers. Statistics used in data analysis are percentage, mean, standard deviation including t-test, F-test and LSD.

The research found that the majority of samples are female, single, age between 20-30 years with Bachelor Degree educational level, working as officers in private organizations with average income of 10,000 - 20,000 Baht per month. The highest services usage involves saving deposit and ATM service respectively as well as using the services less than 5 times per month. ATM is the most frequent service used and the majority of samples are BBL customers more than 3 years. The major factors in selecting BBL services are the convenience of location, weekends and extra-evening weekday's services, respectively. Moreover, the study also found that the opinions of BBL and KBANK services on products, prices, service channels, service officers, service process, communication and service facilities are in the best level.

The finding also found that customers with different gender have different opinions on BBL services in the aspects of products and prices, but indifferent on channels for service, officers, process, communication and facilities. Customers with different marital status have different opinions on BBL services in the aspects of products, prices, channels for service, officers, process and facilities of BBL services. Customers with different age have different opinions on BBL services in the aspects of products, prices, channels for service, officers, process and facilities, but indifferent on communications. Customers with different educational levels have indifferent opinions on BBL services in the aspects of products, prices, channels for service, officers, process, communication and facilities. Customers with different occupation have different opinions on BBL services in the aspects of products, prices, channels for service, officers, process, communication and facilities. Customers with different monthly income have different opinions on BBL services in the aspects of process, but indifferent opinions on products, prices, service channels, officers, communication and facilities.