

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อระดับ

คุณภาพบริการเค ที บี ออนไลน์

ผู้เขียน

นายมนตรี อุทยานสุทธิ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อระดับคุณภาพบริการ KTB Online ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าของธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีการใช้งาน KTB Online อย่างสม่ำเสมอ จำนวน 200 ราย ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มตามสะดวก(Convenience Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุที่มีจำนวนมากที่สุดอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ระดับรายได้ที่มีมากที่สุดอยู่ในช่วงระดับ 10,000 บาท ถึง 20,000 บาท ด้านระยะเวลาการใช้งานที่มีจำนวนมากที่สุดอยู่ในกลุ่มที่ใช้งานมากกว่า 3 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือตรวจสอบรายละเอียดบัญชีมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้มิติด้านความง่ายและความเร็วในการเข้าถึง (Efficiency) และมิติด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy) เป็น 2 มิติที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุดในกลุ่ม E-S-Qual มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมิติด้านความแม่นยำถูกต้อง โดยความเห็นว่าการใช้งานเว็บไซต์ทำได้ง่าย และสะดวกเป็นความเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทุกมิติของกลุ่ม E-S-Qual และความพร้อมของระบบ (System Availability) เป็นมิติที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุด โดยมีความเห็นว่า หน้าเว็บของ KTB Online ไม่เคยหยุดทำงาน หรือหยุดประมวลผลหลังจากส่งคำสั่งต่างๆ เป็นความเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ด้านกลุ่ม E-RecS-Qual พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้มิติด้านการติดต่อในกรณีต้องการความช่วยเหลือ (Contact) เป็นมิติที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดโดยมีความเห็นที่ว่าเว็บไซต์ KTB Online มีการแจ้งหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อธนาคารเป็นความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และมิติด้านการชดเชยต่อข้อผิดพลาด (Compensation) เป็นมิติที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุด โดยมีความเห็นที่ว่า ท่านสามารถทำการแก้ไข หรือยกเลิกรายการได้สะดวกทุกที่ โดยไม่ต้องไปติดต่อสาขาของธนาคารเป็นความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุด

ในด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้งาน KTB Online พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ส่วนข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา KTB Online ในการไปสู่ธนาคารแสนสะดวกนั้น ธนาคารควรทำการพัฒนาด้านความเร็วในการให้บริการเพื่อเป็นการเสริมจุดแข็งของ KTB Online รวมทั้งพัฒนาการสื่อสารระหว่างธนาคารและผู้ใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งมอบบริการให้กับผู้ใช้ และพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพื่อลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

Independent Study Title	Perception of Customers in Amphoe Mueang Chiang Mai Towards Service Quality of KTB Online
Author	Mr. Montree Utayansutthi
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr.Nittaya Jariangprasert

ABSTRACT

This independent study aims to study perception of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai towards service quality of KTB Online. The subjects for this independent study consisted of 200 KTB Online customers' in Amphoe Mueang Chiang Mai who regularly uses KTB Online and were convenience sampling. Questionnaires are used to collect data and statistics used to analyze the data are descriptive statistics including frequency, percentage and mean and inferential statistics including T-test and ANOVA.

The results of the study shown that most of the respondents were female educated to graduate or equivalent level, and the largest groups of respondents was age between 20 and 30 years old, income between 10,000 and 20,000 Baht, duration of use KTB Online was up to 3 years and the most of transactions used were check account balances or account statement.

This study found that dimension of efficiency and dimension of privacy were two top dimensions average perception score of E-S-Qual model and dimension of system availability was the lowest. The opinions "This site is simple to use." was the highest average perception score of all opinions in E-S-Qual model and "Pages at KTB Online do not freeze after I enter my order information." was the lowest.

The respondents highest dimension average perception score of E-RecS-Qual model was contact dimension and opinion "This site provides a telephone number to reach the

company.” was highest average perception score. Compensation dimension was the lowest dimension average perception score and opinion “I can adjusted or cancelled transaction from everywhere.” was the lowest average perception score.

The overall satisfaction of respondents towards KTB Online use in high level.

The suggestions for develop KTB Online to become the convenience bank should be developed speed to increase strengths of KTB Online, developed communication in order to enhance service delivery and developed flexibility to minimize potential problems.