บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

ความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อยที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด : กรณีศึกษา ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก

โดย

นางสาวอัศนีย์ ชาญกาญจน์

ตุลาคม 2543

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทนพิริ

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อยที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด : กรณีศึกษาธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้ารายย่อย 2) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อยจำแนกตามวัตถุประสงค์และวงเงินกู้ 4) เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้ารายย่อยที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้ารายย่อยธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก ที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งเก็บลูกค้ารายย่อยจำนวน 404 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามพร้อมการสัมภาษณ์ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดประสงค์ (purposive sampling) ข้อมูลที่ได้มาใช้วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC+ โดยใช้วิธีหาค่าทางสถิติ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาข้อมูล ในรูปความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงอันดับของสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient) และเปรียบเทียบแต่ละกลุ่มโดยใช้สถิติทดสอบ t วิธีเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (multiple comparison) และใช้ X^2- test ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มวัตถุประสงค์ในการกู้และวงเงินกู้กับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สมรสแล้ว มีอาชีพรับราชการ มีรายได้อยู่ในระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่จะได้รับอนุมัติสินเชื่อในวงเงิน 200,001-750,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อซื้อที่ดินอาคาร ในการพิจารณาอนุมัติเงินกู้จะอนุมัติสินเชื่อเกินกว่าร้อยละ 70 ของหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกัน โดยกำหนดระยะเวลาในการชำระหนี้ภายใน 11-20 ปี ในการพิจารณาอนุมัติจะใช้เวลาในการพิจารณาเกินกว่า 20 วัน แต่ลูกค้าเห็นว่า ธนาคารควรจะพิจารณาใบคำขอให้เสร็จสิ้นภายใน 7 วัน ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่เคยถูกปฏิเสธการให้กู้จากธนาคาร ส่วนลูกค้าที่ถูกปฏิเสธการให้กู้เนื่องจากหลักประกันไม่เพียงพอ

ด้านความพึงพอใจ พบว่า ลูกค้ารายย่อยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาในปัจจัยการตลาดโดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจโดยรวมด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ต่ำกับอาชีพปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับวงเงินกู้และวัตถุประสงค์ในการกู้ นอกจากนี้ในกรณีของวงเงินกู้และวัตถุประสงค์ในการกู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการตลาดรายด้าน แต่มีความสัมพันธ์ระดับต่ำกับปัจจัยแต่ละด้านย่อย

ด้านการเปรียบเทียบความแตกต่างของลูกค้ารายย่อย ธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขาพิษณุโลก ระหว่างกลุ่มวัตถุประสงค์ในการกู้และวงเงินกู้ กับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการตลาด พบว่า กลุ่มวัตถุประสงค์ในการกู้มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายแตกต่างกัน ส่วนกลุ่มวงเงินกู้ พบว่า มีความพึงพอใจในด้านสถานที่และด้านราคาแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ความเห็นของลูกค้ารายย่อย พบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่า ธนาคารควรขยายเวลาในการชำระหนี้สูงสุด 30 ปี และควรปรับปรุงที่จอดรถ การประชาสัมพันธ์ และตรึงอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับต่ำ โดยไม่ควรจะเกินร้อยละ 10

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillmen of the requirements for the degree of Master of Science in Cooperative Economics

THE CUSTOMER'S SATISFACTION FOR MARKETING FACTORS : GOVERNMENT HOUSING BANK, PHITSANULOK BRANCH

By

ATSANEE CHARNKARN

OCTOBER 2000

Chairman: Assistant Professor Choosak Jantanopsiri

Department/Faculty: Department of Agricultural Economics and Cooperative, Faculty Agricultural Business

The objectives of this study were to : 1) study general data of the Governm Housing Bank Phitsanulok Branch customers 2) study the satisfaction of the Governm Housing Bank Phitsanulok Branch customers 3) compare satisfaction of each custom according to amount and objective of the loan 4) analyze customers's opinion on market factors of the Government Housing Bank, Phitsanulok Branch.

The data were collected by interview schedule from 404 purposive samp customers of the Government Housing Bank, Phitsanulok Branch who took out loans their residences and analyzed by SPSS/PC.+ Descriptive statistics, Spearman Ra Correlation Coefficient, t-test, multiple comparison and χ^2-test were reported.

The findings indicated that most of the respondent were married fem customers, aged 31-45 years old with bachelor degrees and worked as governmental offi Their incomes were between 10,001-15,000 baht per month, with monthly expend 5,001-10,000 baht. Most of these customers had received 200,001-750,000 loan appr purchasing of land and houses. The loans were more than 70% of their property

customers had to pay one's debts in 11-20 years. The customers viewed that the approval process should be completed within 7 days rather than the existed 20 days process. Normally, the customers' proposals were not refused unless the property were of less value than the loans.

It was found that the customers' overall satisfaction on marketing factor was at a moderate level. Their satisfaction on prices and products were at a high level, while place and promotion were moderately satisfied.

Overall satisfaction of the bank marketing had significantly low relationship with the customers' occupation, but no significant relationship was found with amount and objective of the loan. However, while no significant relationship of amount and objective of the loan was found, significant relationship to some items of each factor were evidented.

Satisfaction of the bank product and promotion were different among customer from different product objectives. Satisfaction of place and price were different among customers from different amount of loan.

According to customer's opinions, the bank should prolong duration of paying debts to be 30 years. They should improve the parking lots, the information center. The interests rate should have been stabilized, low, and not more than 10% of the capital.