

ชื่อเรื่อง	คุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวทวิษฐ พองแก้ว
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.กฤษณิศดา เตชเดกิง

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของ ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และคุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และคุณภาพบริการที่มีค่าความเชื่อมั่นหรือค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.914 เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับงานวิจัย เพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติอ้างอิง t-test , F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ได้รับวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารธนชาต อยู่ระหว่าง 200,001 - 400,000 บาท และมีระยะเวลาในการผ่อนชำระ 72 งวด สำหรับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) พบว่า โดยรวมมีอยู่ในระดับมาก ในรายด้านเรียงลำดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ช่องทางการให้บริการ ในประเด็นย่อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีประเภทสินเชื่อหลากหลายตรงกับความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านราคา ระยะเวลาในการผ่อนชำระเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านบุคลากร พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีของขวัญ หรือของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปฏิทิน สมุดบันทึก ปากกา แก้วน้ำ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านกระบวนการให้บริการ มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐานและมีการ

พัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สถานที่ สะอาด กว้างขวางเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และด้านช่องทางการให้บริการ สถานที่ตั้ง ธนาคารสะดวกต่อการเดินทางมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในส่วนของการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ เช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยรวมมี คุณภาพระดับมาก ในรายด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านลักษณะทาง กายภาพ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความ น่าเชื่อถือของบริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า ในประเด็นย่อย พบว่า ด้านลักษณะทาง กายภาพ พบว่า พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านการให้ความเชื่อมั่น การมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือและมีความโปร่งใสในการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้าน การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา ต่อลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ การนัดพบกับลูกค้าของพนักงาน ถูกต้อง ตรงเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด และด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า พนักงานธนาคารให้ความ สนใจและเอาใจใส่ลูกค้าด้วยใจมีค่าเฉลี่ย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน สำหรับอาชีพมี ผลต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพบริการ โดยรวม สำหรับผลจากการทดสอบ ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทาง การให้บริการ ด้านบุคลากร และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อ คุณภาพการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลต่อระดับคุณภาพบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Title	Quality of Car Conditional Sale Credit Service of Thanachart Bank Public Co.,Ltd. in Muang District, Chiang Mai
Author	Miss Taweenuch Fongkeaw
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Pusanisa Thechatakerng

ABSTRACT

The objectives of this study were to explore effecting the Quality of Car Conditional Sale Credit Service of Thanachart Bank Public Co.,Ltd. in Muang District, Chaing Mai and its quality. A set of questionnaires was used for data collection (Cronbach's Alpha = 0.914) administered with 400 clients. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test were used for the statistical treatment.

Results of the study revealed that most of the respondents were male, 31-40 years old, married, bachelor's degree graduates, and private company employee. Their average monthly income was 100,000 – 200,000 baht. They obtained s sum of car conditional sale credit for 200,001 – 400,000 bath with 72 payment installments. As a whole, there was a high level of market factors effecting the decision-making to use the service of car conditional sale service of the bank. The market factors included product, price, personnel, and market promotion. For service process on the presentation of physical appearance and service channel, the following were found: product-there were diverse credits which met needs of clients.; price-there was an appropriate installment; personnel-they were friendly; market promotion-there were gifts in various special occasions, e.g. calendar, notebook, pen, glass, etc.: process-there was a standard service and continual development.; physical appearance-the place was clean an big; an service channel-the location was convenient to be accessed. Regarding the quality of can conditional sale service of the bank, it was found that, as a whole, there was a high level of quality in all aspects as follow: physical appearance, service reliability, responsiveness to need of clients, an human

relationships, It was also found that the bank staff were neat, polite, and reliable. They could be responsive to the needs of clients since they paid attention to clients.

Based on the hypothesis testing, it was found that sex, age, marital status, educational attainment, and monthly income had an effect on the car conditional sale credit service. However, occupation had a statistically significant difference on an effect of the car conditional sale credit service. Besides, it was found that market factors (product, service channel, personal, presentation of physical appearance) had an effect on the car conditional sale credit service. (statistically significant level at 0.05)

