

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ สินเชื่อกะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2	
ผู้เขียน	นางสาวปิยภรณ์ เปล่งศรีวัฒนา	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	
คณะกรรมการที่ปรึกษา	รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
	อ.ดร. รสริน โอสถานันต์กุล	อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย 7 ด้านและพฤติกรรมในการใช้บริการ รวมถึงความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกะของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในเมืองจำนวน 133 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขานอกเมืองจำนวน 167 ราย รวมทั้งสิ้น 300 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการให้น้ำหนักความสำคัญของความพึงพอใจโดยใช้ลิเคิทยสเกล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในเมืองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยคนละ 35,206 บาทต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกะอันดับ 1 คือ ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น อันดับ 2 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินเชื่อนี้ให้วงเงินสูงสุดถึง 95% ของราคาประเมิน อันดับ 3 คือ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ธนาคารออมสินตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงานและที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารออมสิน กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าธนาคารออมสินโดยเฉลี่ย 8 ปี วัตถุประสงค์ในการขอกู้เพื่อซื้อที่ดินพร้อมบ้าน โดยเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว เนื้อที่เฉลี่ย 78.9 ตารางวา วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติเฉลี่ยคนละ 1.5 ล้านบาท ระยะเวลาในการผ่อนชำระเฉลี่ย 23 ปี เงินผ่อนชำระเฉลี่ยงวดละ 11,163 บาทต่อคน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น เป็นลำดับที่ 1 รองลงมาคือ พนักงานธนาคารออมสินมีจิตในการให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขานอกเมืองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 37 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการ รายได้เฉลี่ยคนละ 40,263 บาทต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเคหะอันดับ 1 คือ ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น อันดับ 2 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินเชื่อนี้ให้วงเงินสูงสุดถึง 95% ของราคาประเมิน อันดับ 3 คือ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานธนาคารออมสินมีความรู้ความสามารถ มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านสินเชื่อเคหะ กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้ายธนาคารออมสิน โดยเฉลี่ย 11 ปี วัตถุประสงค์ในการขอกู้เพื่อซื้อที่ดินพร้อมบ้าน โดยเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว เนื้อที่เฉลี่ย 82.4 ตารางวา วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติเฉลี่ยคนละ 1.6 ล้านบาท ระยะเวลาในการผ่อนชำระเฉลี่ย 24 ปี เงินผ่อนชำระเฉลี่ยงวดละ 12,171 บาทต่อคน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่นเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาคือพนักงานธนาคารออมสินมีความรู้ความสามารถ มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการให้บริการสินเชื่อเคหะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Behaviors and Satisfaction of Customers Using Housing Loan Service of Government Savings Bank, Chiang Mai Area 2	
<b>Author</b>	Ms. Piyaporn Plengsriwattana	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Advisory Committee</b>	Assoc. Prof. Porn-tip Tianteerawit	Advisor
	Lect. Dr. Rossarin Osathanukul	Co-advisor

## ABSTRACT

The present study has the objectives to examine the seven marketing mix factors and to understand the behavior as well as satisfaction of customers related to the housing loan services provided by the Government Savings Bank, Chiang Mai Area 2. Questionnaire was designed to collect the needed information from 133 samples of customer using such services provided by GSB's branches in city areas and 167 samples of those using services of GSB's branches in out-of-city areas, comprising totally 300 samples. The analysis was performed upon the results of the samples' importance ranking of various marketing mix factors and expression of satisfaction based on Likert scale rating method.

The findings revealed that generally the customers using GSB's city area branches could be described as female, married, 40 years old on the average, with bachelor's degree education, private business employee or government worker or self-employed by occupation, and having 35,206 baht on the average monthly income. The most important marketing mix factor influencing their decision to use GSB's housing loan services was price as the GSB's loan interest rate was lower compared to the rates set by other financial institutions. The second most important was the product factor for the reason that this housing loan allows the maximum loan limit up to 95 % of the

assessed asset value. This was followed by the factor of place because the GSB branch offices are located in the neighborhood of the customers' workplace and residence. The samples in this group have been the customers of the GSB for 8 years on the average. Their housing loan borrowing objective was commonly for the purchase of land including house, predominantly a one-storey detached home on averagely 78.9 square wah of land. On the average, each housing loan applicant got approval for 1.5 million baht loan with 23 years term of loan maturity and 11,163 baht monthly repayment installment. The samples in this group expressed their overall satisfaction with the GSB's services at high level. Specifically, the high satisfaction was placed firstly on the low loan interest rate in comparison with the rates set by other financial institution and secondly on the service-minded nature of the GSB personnel.

Most customers of the GSB's out-of-city branches were female, married, 37 years old on the average, bachelor's degree graduate, employed in private business company or personal business or government agency, and earning averagely 40,263 baht monthly income. The first most important marketing mix factor affecting their decision to get housing loan from the GSB was price since the loan interest rate here was lower than those charged by other financial institutions. The next most important factors in descending order were product because this housing loan allows loan approval up to 95 % of the assessed asset value and personnel for the GSB workers having demonstrated their knowledge, capability, skill, and expertise in providing housing loan services. The samples in this group have been customers of the GSB for 11 years on the average. Their housing loan borrowing objective was to finance the purchase of land with house, commonly a one-storey detached home on averagely 82.4 square wah of land. Each housing loan applicant got the approval for 1.6 million baht loan on the average, with 24 years term of loan maturity and 12,171 baht monthly loan repayment installment. The samples in this group expressed their overall satisfaction with the GSB's services at high level. Particularly, their high satisfaction was placed firstly on the product factor because of the relatively low loan interest rate and secondly on the personnel factor for the competence and professional services of the GSB's workers.