

ชื่อเรื่องการค้าค้ำแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ
ที่อยู่อาศัย ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายวิสุทธิ ดวงอาทิตย์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้ำแบบอิสระ

รศ.ดร.ธเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	ประธานกรรมการ
ผศ.ดร.ไพรัช	กาญจนการุณ	กรรมการ
ผศ.ดร.นิสิต	พันธมิตร	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร จำนวน 500 ราย ทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ Marginal effects

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าใช้บริการเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 78.80 มีอายุ ระหว่าง 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 74.00 มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 83.40 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 68.80 ผู้สมักรมีรายได้มากกว่า 30,001 คิดเป็นร้อยละ 49.80 และมีสถานภาพการสมรส คิดเป็นร้อยละ 78.40 ไม่ใช้บริการวงเงินสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับสถาบันการเงินอื่น คิดเป็นร้อยละ 76.00 และวงเงินกู้หรือที่ได้รับจากธนาคารอยู่ระหว่าง 1,000,001- 2,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.60

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร พบว่าปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เอกสารประกอบการขอกู้ไม่ยุ่งยาก มีผลทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 68 ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินการมีความรวดเร็ว การมีพนักงานออกไปพบและให้คำแนะนำที่ดี การได้รับเงินกู้ในจำนวนที่สูง และการมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง ซึ่งปัจจัยทั้งสิ้นนี้มีผลทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร เพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 41-58 ในขณะที่ความสะดวกสบายในการเดินทาง มีข่าวสารหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบ ค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บมีความเหมาะสม มีการใช้วงเงินสินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัยอยู่กับสถาบันการเงินอื่น และมีข้อมูลและข่าวสารแจ้งให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารเพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 33-39 นอกจากนี้ การประกอบอาชีพอื่นที่มีใช้รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตัวอย่างอายุน้อย เป็นที่ปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 28

Independent Study Title Customers' Satisfaction in Using Housing Loan
Service of Kasikorn Bank in Mueang District
Chiang Mai Province

Author Mr. Wisut Doungapai

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Thanet Sriwichailamphan Chairperson

Asst. Prof. Dr. Pairat Kanjanakaroon Member

Asst. Prof. Dr. Nisit Panthamit Member

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate customers' satisfaction in using housing loan service of Kasikorn bank in Muang district, Chaing Mai province. 500 customers who use the bank's housing loan service are used as sample population for this study. The data are analyzed by using descriptive statistics and the Logit Model with the analytical techniques of Maximum Likelihood Estimates: MLE and the Marginal Effects.

The study results reveal that 78.80 percent of the customers are male; 74 percent of them are aged between 30-40 years old; 83.40 percent hold at least a Bachelor's degree; 68.80 percent are employees in private companies. Among the customers, 49.80 of them earn more than 30,001 a month. Most of them (78.40 percent) are married. 76 percent of the customers have never used housing loan service provided by other financial institutes. 48.60 percent of them get 1,000,001 – 2,000,000 baht of loan credit from the bank.

Results of the study on factors influencing satisfaction in the Bank's housing loan service show statistical significance in the following factors. First, the not- complicated documentation helps increasing customers' satisfaction to about 68 percent, and this is the most significant one. Second, the fast processing, having good service staffs, offering high loan credit, and having sufficient security officers increase the satisfaction to 41-58 percent. Third, the commuting convenience, having good public relations, levying appropriate fees, using housing loan credit in other financial institutes, and informing new information regularly make the satisfaction increase to 33 – 39 percent. Lastly, other careers other than government officers or private companies' employees, and the young age influence the customer's satisfaction the least. The last two factors increase the satisfaction to lower than 28 percent.