

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายเฉลิมเกียรติ ผู้มีคุณ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.นฤนาถ สราภยานิช

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจาก ลูกค้าสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 403 ราย จาก 13 สาขา โดยเป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในเดือนมกราคม 2557 ของแต่ละสาขา การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบ T-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 40-54 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 3-5 ปี มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการ จากอัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่น ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบริการสินเชื่อเช่าซื้อธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จากการแนะนำของคนรู้จัก นำรถเก๋งมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 500,001 – 1,000,000 บาท มีระยะเวลาในการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ 72 งวด และไม่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับสถาบันการเงินอื่น

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า พึงพอใจโดยรวมระดับมาก โดยอันดับที่ 1 คือด้านผลิตภัณฑ์พึงพอใจระดับมาก

ที่สุด อันดับที่ 2 คือด้านบุคลากรพึงพอใจระดับมากที่สุด อันดับที่ 3 คือด้านกระบวนการให้บริการ พึงพอใจระดับมาก อันดับที่ 4 คือด้านราคาพึงพอใจระดับมาก อันดับที่ 5 คือด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพพึงพอใจระดับมาก อันดับที่ 6 คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พึงพอใจระดับมาก และอันดับที่ 7 คือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพึงพอใจในระดับปานกลาง

หากพิจารณาปัจจัยย่อยแต่ละด้านพบว่าปัจจัยที่พึงพอใจสูงสุดด้านผลิตภัณฑ์ คือชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของธนาคาร พึงพอใจระดับมากที่สุด ด้านราคา คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ พึงพอใจระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการ เดินทางมาติดต่อพึงพอใจระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ารู้จักพึงพอใจระดับมาก ด้านบุคลากร คือพนักงาน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพึงพอใจระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ คือการรักษาความลับของ ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน โดยกลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-30,000 บาท 30,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมระดับพึงพอใจแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 สำหรับด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ผลการทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ตามระยะเวลาในการเป็น ลูกค้าพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกันตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้า โดยกลุ่มผู้มี ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 3 ปี 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมระดับพึงพอใจ แตกต่างกันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Loan
Services for Automobile Leasing Thanachart Bank Public
Company Limited in Chiang Mai Province

Author Mr. Chaloekeat Phumeekhun

Degree Master of Business Administration

Advisor Dr. Naruanard Sarapaivanich

ABSTRACT

The objective of this study was to evaluate the clients satisfaction towards service marketing mix of loan services for automobile leasing of Thanachart Bank Public Company Limited , Chiang Mai Province. The sample of this study were 403 automobiles loan clients in January 2014 from 13 branches of Thanachart Bank Public Company Limited, Chiang Mai Province. Data were collected by questionnaires and were analyzed by the statistical methods of frequency, percentage, average, T-Test and F- Test.

The finding revealed that most of samples were male, age between 40-54 years old, married, educated at bachelor degree level were employees with an average monthly salary of 10,001 – 30,000 Baht, and had been client between 3 and 5 years. Their reason choosing the service was the appropriate rate of interest compared with the other leasing organization. They knew the company through recommendation from people they knew. Their automobile loans were between 500,001 and 1,000,000 Baht. The installment period was 72 times and they have never been client of other leasing organization.

The client satisfaction towards service marketing mix of loan services for automobile leasing in overall was at a high level. The highest factor was the product. The satisfaction was at the highest level. The second factor was the personnel. The satisfaction was at the highest level. The

third factor was the servicing. The satisfaction was at a high level. The fourth factor was the pricing. The satisfaction was at a high level. The fifth factor was the form of company. The satisfaction was at a high level. The sixth factor was the marketing promotion. The satisfaction was at a high level. The seventh factor was the sale channel. The satisfaction was at a moderate level.

Analyzing, the product this included, satisfaction towards the name, image and reliability of the bank, this was at the highest level. In the price, the satisfaction towards the rate of interest was at the highest level. Looking at of the location, the satisfaction towards the location of the bank which was in the communities and the convenience of traveling was at a high level. Satisfaction was at a high level toward to promotion, this included advertisement through media, such as, radio, newspaper, leaflets. The satisfaction of people was at a high level, this included friendliness of the people, Process was high level, this included satisfaction towards the confidentiality for the clients. Finally the factor of the physical evidence, the satisfaction toward the modern beautiful atmosphere.

The hypothesis testing of the client satisfaction towards service marketing mix of loan services for automobile leasing of Thanachart Bank Public Company Limited, Chiang Mai by the monthly salary revealed that the client satisfaction differed by the monthly salary. This mean that clients with salary of less than 10,000 Baht, between 10,001 and 30,000 Baht, between 30,001 and 50,000 Baht and more than 50,000 Baht had different level of satisfaction towards the product, sale channel, marketing promotion, personnel, and form of company at the statistical significance of 0.05, except the pricing and servicing, there was no difference revealed by the hypothesis testing.

The period of being clients with the company was also factor towards the satisfaction. The clients with the period of less than 3 years, between 3 and 5 years and more than 5 years had different level of satisfaction toward the sale channel, marketing promotion, servicing, form of company at the statistical significance of 0.05, except the product, pricing and personnel, there was no difference revealed by the hypothesis testing.