

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการ  
สินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด  
(มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายอภิรักษ์ ศรียาบ

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤชัย ประธานกรรมการ

รศ.วัชรวิ พฤกษิกานนท์ กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่กำลังใช้สินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) และใช้วิธีการวัดประเมินค่าแบบลิเคอร์ท (Likert Scale)

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าฯ ส่วนใหญ่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติต่ำกว่า 1,500,000 บาท มีการเลือกใช้อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ โดยมีระยะเวลาในการผ่อนชำระน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีจำนวนเงินในการผ่อนชำระต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ใช้การชำระหนี้โดยให้ธนาคารฯ ตัดบัญชีเงินฝากที่มีอยู่กับธนาคาร โดยอัตโนมัติ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารฯ ด้วยตนเอง และเลือกรูปแบบที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าฯ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารฯ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ผลการศึกษาพบว่าวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัตินั้นมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างลูกค้าฯ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารฯ และลูกค้ากลุ่มตัวอย่างฯ มีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารฯ นั้น มีผลการศึกษาเหมือนกัน คือ กลุ่มตัวอย่างลูกค้าฯ เห็นว่าปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในลำดับหนึ่งกับปัจจัยด้านบุคลากรในเรื่องที่พนักงานที่ให้บริการฯ มีความรู้ความสามารถที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ในลำดับสองกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องที่ธนาคารฯ ให้วงเงินกู้สูงถึงร้อยละ 80-90 ของราคาประเมิน และในลำดับสามคือปัจจัยด้านราคาในเรื่องอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคาร

**Independent Study Title** Behavior and Satisfaction of Customers Using  
Housing Loan Service of Bangkok Bank  
Public Company Limited in Chiang Mai Province

**Author** Mr. Aphirak sriyab

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai Chairperson

Assoc. Prof. Watcharee Preuksikanon Member

**ABSTRACT**

This study aims to 1) study client behavior when using the housing loans service provided by Bangkok Bank Public Company Limited in Chiang Mai, 2) study those factors affecting client decisions on the housing loans services provided, and 3) study customer satisfaction with regard to the loans services provided.

The information used in this study was primary data collected from questionnaires distributed to 200 sample clients currently using the housing loan services of Bangkok Bank Public Company Limited in Chiang Mai. The method of selection used was a Stratified Random Sampling method, and data analysis was processed using descriptive statistics, a Chi-square Test, and the Likert-scale measurement.

A study of the sample clients' behavior shows that most sample clients' approved loan amounts are no more than 1,500,000 baht, with a fixed interest rate. Installment durations are equal to or less than 15 years, with monthly installments of more than 20,000 baht a month. The payments are made using automatic bank payments from the savings accounts of clients registered with the bank, and the type of house they mostly choose to buy is a single-unit.

A study of the factors affecting the decisions of the sample clients when choosing a housing loans service, used a Chi-square test of  $\alpha = 0.05$ , with the aim of looking for a correlation between individual factors and the approved loan amounts. The study shows that the approved loan amounts correlate with the gender, age, marital status, level of education, career and average monthly income of the clients.

As for the study of those marketing mix factors that affect the sample clients' decision making when choosing a housing loan, and the sample clients' satisfaction levels when using the bank's loan services, the outcome after analysis is the same. The sample clients agree that the marketing mix creates and influences client satisfaction, with the highest impact factor being the presence of bank staff who are knowledgeable and skilled at serving clients, followed by bank loan products that offer a loan amount of up to 80 to 90 percent of the value offered by the house appraisal, and the final factor being the rate of interest as announced by the bank.