

บทคัดย่อ

170359

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าที่ซื้อสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนมิถุนายน 2547 จำนวน 85 ราย ทำการศึกษาจากลูกค้าทั้งหมดของช่วงเวลาดังกล่าว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน และมีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ส่วนปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ส่วนปัญหาในการเลือกซื้อสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ พบว่า สินทรัพย์ฯ มีสภาพทรุดโทรม ต้องทำการซ่อมแซมปรับปรุงก่อนเข้าอยู่ ราคาประเมินของธนาคารสูงกว่าสภาพที่เป็นจริง ธนาคารมีสาขาน้อย ไม่สะดวกในการติดต่อ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการขายสินทรัพย์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ มีน้อย ไม่มีพนักงานอำนวยความสะดวกในการพาไปดูสินทรัพย์ฯ ลูกค้าต้องไปเองตามแผนที่ ไม่มีเคาน์เตอร์สำหรับให้บริการติดต่อเกี่ยวกับการซื้อขายสินทรัพย์ฯ โดยเฉพาะ ใช้ระยะเวลานานในการพิจารณาอนุมัติเงินกู้

170359

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้ ธนาคารควรใช้ระยะเวลาในการ
ประเมินราคาสินทรัพย์ฯ และระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ให้สั้นลง ควรอนุมัติวงเงินกู้ให้สูงเพื่อ
การปรับปรุงซ่อมแซม และควรมีการจัดทำปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ฯ ให้เป็นปัจจุบันอยู่
เสมอ

ABSTRACT

170359

This study has two main objectives. The first is to study the service marketing factors affecting decision making for buying non-profit assets of the Government Housing Bank, Chiang Mai branch. The second is to study customers' problems in making decision to buy non-profit assets from the Government Housing Bank, Chiang Mai branch.

The questionnaires were collected from 85 customers who bought non-profit assets from the Government Housing Bank, Chiang Mai branch from January to June, 2004.

The results of this study showed that 43 customers were male and 42 were female whose ages were ranging from 31-40 years old, single, graduated at least with a Bachelor's Degree. Most of them were government officers who earned less than 10,000 baht per month.

Factors affecting decision making at high level were price, place, process, physical, and product. The promotion factor, on the other hand, was considered at the medium level.

Problems affecting decision making to buy non-profit assets were conditions of buildings before the renovation. The bank's assessments were higher than the actual price. There were too few branches of the bank which resulted in a difficulty and some inconvenience for customers. No officer took care customers when visiting sites. The bank had no counter assigned for this specific purpose, and it took a long time for the bank approval.

It is suggested that the bank approval processes should be shortened. Meanwhile, the bank should increase the credit line for renovation and update their database regularly.