

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะโครงการอัตรดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเคหะโครงการอัตรดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและวางแผนการตลาดของธนาคารออมสินให้มีประสิทธิภาพ

ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Cluster Random Sampling และ Systematic Random Sampling ในการสุ่มตัวอย่าง ได้จำนวน 174 ราย จาก 7 สาขาของธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินทุกสาขาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 7 สาขา ได้แบบสอบถามกลับคืนมาครบทุกราย ผู้ศึกษาได้ใช้โปรแกรม SPSS for Windows วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อายุการทำงานประมาณ 10 – 20 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท

ในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะโครงการอัตรดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับ มาก ได้แก่ ด้านความคิดเห็นที่มีต่อธนาคารในด้านความมั่นคงทางการเงิน ด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ด้านอัตรดอกเบี้ยและค่าใช้จ่ายอื่น ด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านความจำเป็นด้านครอบครัวนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ในส่วนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะโครงการอัตรดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี ของลูกค้าธนาคารออมสิน

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ได้แก่ความสามารถในการส่งชำระหนี้ของตนเอง ที่สอดคล้องกับเงื่อนไขการส่งชำระหนี้ และจำนวนเงินกู้ที่ธนาคารอนุมัติ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างได้ทราบข้อมูลจากคนรู้จักหรือเพื่อน ถึงแหล่งข้อมูลการกู้เงิน การก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะนั้น กลุ่มตัวอย่างได้มีการเปรียบเทียบข้อมูลรายละเอียดการกู้ รวมถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากแต่ละธนาคารและในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะนั้น ผู้ศึกษาพบว่าจะพิจารณาเลือกธนาคารที่มีความมั่นคงในระยะยาว และผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเคหะนั้นมีความคุ้มค่าต่อตนเองมากที่สุด

สำหรับผลการศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเคหะโครงการอัตราดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี พบว่าความคิดเห็นในด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านการบริการ ด้านบุคลากรของธนาคาร รวมถึงด้านผลประโยชน์ของลูกค้า นั้น มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดี ทุกด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า วงเงินให้กู้มีความเหมาะสมเพียงพอ จำนวนเงินงวดผ่อนชำระคืนมีความเหมาะสม ลูกค้าได้รับการบริการเป็นอย่างดี และพนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีมารยาทในการให้บริการ รวมถึงเห็นว่า ลูกค้าได้ใช้บริการเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

สำหรับแนวทางในการพัฒนาและวางแผนทางการตลาดของธนาคารออมสินให้มีประสิทธิภาพนั้น ได้แก่ 1) แนวทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยีของธนาคาร ต้องมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้า การให้บริการสินเชื่อออนไลน์ 2) แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรของธนาคาร โดยจัดให้มีโครงการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มความรู้อื่นๆ เพิ่มทักษะด้านการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร รวมทั้งจัดให้มีโครงการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อแนะนำบริการ ข้อมูลข่าวสารที่น่ารู้แก่ลูกค้าของธนาคาร 3) แนวทางการวางแผนการตลาดเชิงรุก โดยให้มีการประชาสัมพันธ์โครงการสินเชื่อเคหะโครงการอัตราดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี ไปยังหน่วยงานที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการของธนาคาร มีการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง 4) มีการขยายช่องทางทางการตลาด โดยการเพิ่มสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า

ABSTRACT

TE 150208

The main objectives of this research were to study: (1) the factors relating to decision-making and attitudes of the customers using the housing loan with three-year fixed interest rate project of the Government Saving Bank in Mueng District, Chiang Mai Province; (2) the customers' attitudes toward such banking services; and (3) efficient trends for the bank's marketing planning and development.

A multi-stage cluster and systematic random sampling technique was applied to select 174 customer samples from 7 branches of the Saving Bank in Mueng District, Chiang Mai Province. A set of questionnaires was used to collect data from the samples; from which the rate of return of the questionnaires was 100 percent. The collected data were, then, analyzed, using frequency distribution, percentage, arithmetic means, and standard deviation through the SPSS for Windows program. The results of the study were as follows:

The customer samples were mostly between 31-40 years old, with Bachelor degree and government officials or state enterprises. Their work experiences were approximately 10-20 years, with income between 10,000-30,000 baht annually.

There were some factors relating to decision-making and attitudes of the customers using the housing loan with three-year fixed interest rate project of the Government Saving Bank in Mueng District, Chiang Mai Province. The factors with a high level of important relation to the decision-making of the samples were the bank's financial security, the bank's fame and image, interest rate and other expenses, housing loan services, personnel and locations or places. The factors with moderate level of importance as judged by the customer samples consisted of correlation between their debt payment ability and the bank paying conditions and

TE 150208

also the amount of Bank's approved loan. Most samples stated that they had information about the bank loan service from their friends or other people who had already known about such service. The samples stated that before making their decisions for using the bank loan service they compared the details of the bank's loan service data and benefits they should acquired with those of different banks. The researcher also found that the samples made their choices on the Government Saving Bank's loan service based on its long term security and benefits worthwhile for them, as would be provided by the bank.

The customers' attitudes toward the service for housing loan with three-year fixed interest rate project of the Government Saving Bank in Mueng District, Chiang Mai Province were found by this research on the following aspects. The customers' attitudes were found with a fair level toward the bank's loan approval, services, personnel, and the customers' benefit. They stated that there was sufficient loan amount, appropriate debt paying back, good service provision for customers, reliable bank personnel with trustworthy and good manner while in service, and that the customers could have low interest rate from the bank's loan.

This research found that the efficient trends for the bank's marketing planning and development should be as that:

- (1) the bank's technological development trend should have a development of customer data base system and an on-line loan service;
- (2) the bank's personnel development should have some training projects to increase its personnel's knowledge and skills in loan service provision, and customer relations;
- (3) the bank's progressive marketing plan should approach various target groups with the housing loan with three-year fixed interest rate project, such as the government organizations, currently using the bank's loan service, and private organizations through various publication channels continuously; and
- (4) the bank should extend its loan marketing channel through an increase its branches in some super market or super stores.