

บทคัดย่อ

- เรื่อง : คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา
ฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี
- ผู้วิจัย : ฉัตรชัย ปิ่นทูปันธ์
- ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย อ้นพิมพ์
- คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ความจงรักภักดี, ธนาคารกสิกรไทย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี และ (3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าสินเชื่อเพื่อธุรกิจ SMEs ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 310 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวม พบว่า ให้ความจงรักภักดีอยู่ในระดับมาก และคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเห็นอกเห็นใจ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 คุณภาพการให้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยสูงสุด ($\beta = 0.39$) รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ($\beta = 0.33$) ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ ($\beta = 0.16$) และด้านการให้ความมั่นใจ ($\beta = -0.14$) ตามลำดับ ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อฝ่ายงานสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 50.00 ($\text{Adj } R^2 = 0.50$)

ABSTRACT

TITLE : SERVICE QUALITY AFFECTING THE LOYALTY OF CUSTOMER:
CASE STUDY CREDIT DEPARTMENT OF KASIKORN BANK
IN UBON RATCHATHANI PROVINCE

AUTHOR : CHATCHAI PINTHUPAN

DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR : ASST. PROF. UTHAI UNPHIM, Ph.D.

KEYWORDS : SERVICE QUALITY, LOYALTY, KASIKORN BANK

The study objectives were (1) To study the quality of credit department services Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province (2) to study customer loyalty towards the credit department Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province and (3) to study the quality of service that affects customer loyalty to the credit department. Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province The samples used in this study were SMEs loan customers of Kasikorn Bank in Ubon Ratchathani Province, totaling 310 peoples using a simple random sampling method. The tools used for data collection were questionnaires. Statistics used for data analysis were number, percentage, mean, standard deviation, pearson correlation coefficient and multiple regression analysis

The study found that the service quality of credit department Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province, as a whole, found that the service quality was at the highest level. In addition, customer loyalty towards the credit department Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province as a whole found that the loyalty was at a high level. Service quality on credibility or trustworthiness aspect of confidence compassion and the tactile aspect affects the customer's loyalty to the credit department. Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province Statistically significant at the 0.01 and 0.05 levels. Service quality compassion had the highest coefficient of regression ($\beta = 0.39$), followed by tangible ($\beta = 0.33$), reliability or reliability ($\beta = 0.16$), confidence ($\beta = -0.14$), respectively, which can together predict the customer's loyalty to the credit department. Kasikorn Bank Ubon Ratchathani Province The efficiency in forecasting was 50.00% (Adj R2 = 0.50).