

รุ่งโรจน์ ไชยบุญ. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านักธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์พระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.**
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กิติมา ทามาลี

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการใช้บริการสินเชื่อ ศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการใช้บริการสินเชื่อ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ จำนวน 182 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test และ LSD. โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ปัจจัยการใช้บริการสินเชื่อ ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทย ชนวิภูวงเงินอนุมัติไม่เกิน 100,000 บาท ระยะเวลาการกู้ยืมไม่เกิน 5 ปี และใช้บุคคลค้ำประกัน ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้านเงื่อนไขการขอสินเชื่อ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอาคารสถานที่ และลูกค้ามีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านช่องทางการขอสินเชื่อ ด้านการส่งเสริมสินเชื่อ และด้านกระบวนการขอสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการส่งเสริมสินเชื่อแตกต่างกัน ปัจจัยการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าที่ใช้ประเภทสินเชื่อต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่ได้รับวงเงินอนุมัติต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านช่องทางการขอสินเชื่อ และด้านการส่งเสริมสินเชื่อแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลาการกู้ยืมต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านเงื่อนไขการขอสินเชื่อ และด้านช่องทางการขอสินเชื่อแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่ใช้หลักประกันต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งเสริมสินเชื่อแตกต่างกัน

Rungrot Roeirenu. (2009). **Factors Affecting the Customers' Decision-making in Using Credit Services of Krung Thai Bank Public Company Limited at Pratunam-Phra In Branch** . An Independent study for M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor : Dr.Kitima Tamalee.

ABSTRACT

This research aimed to study personal factors and those in using credit services of the Bank. It also investigated the customers' levels of decision-making in using credit services. Moreover, it was to compare the customers' levels of decision-making in using credit services classified by their personal factors and factors in using the credit services. The sample group were 182 customers using credit services of Krung Thai Bang Public Company Limited at Pratunam-Phra In Branch. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis was performed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD. Statistically significant level was set at 05.

The findings indicated that most customers were female, married, between the ages of 31-40 years old, working as government service or state enterprise staff. Their educational background was bachelor's degree and upper. Their monthly income was between 10,001 – 20,000 baht. Most customers used Krung Thai Tanawat credit service, with an approved loan size less than 100,000 baht. The loan period was less than 5 years, using personal guarantee. The customers' level of decision-making in using credit services was at the highest level regarding credit applying, staff and facilities. The customers' level of decision-making in using credit services was high in terms of interest rates and fees, credit applying channel, credit promotion and process for credit applying. The customers' personal factors with different gender, age, occupation, marital status and educational background did not have a different level of decision-making in using credit services. The customers with different monthly income had a different level of decision-making in using credit services concerning interest rates and fees and credit promotion. The customers with different factors in using credit services did not have a different level of decision-making in using credit services. The customers with different approved loan sizes had a different level of decision-making in using credit services, regarding credit applying channel and credit promotion. The customers with different loan periods had a different level of decision-making in using credit services in

terms of loan condition and credit applying channel. The customers with different guaranties had a different level of decision-making in using credit services, concerning credit promotion.