

กวินทรงสิริ กระแสवास. (2556). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน  
ของลูกค้านาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.  
การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
: อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.กิติมา ทามาลี

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารชนชาติ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจาก กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 171 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี และค่าไคสแควร์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้าธนาคารชนชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินซึ่งเคยใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารชนชาติ ส่วนใหญ่นำรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้ามาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน มีการหาข้อมูลก่อนการให้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ชื่อเสียงของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ให้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติเพราะ เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน 200,001 - 40,000 บาท วงการชำระเงิน 24 งวด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน แตกต่างกันไป 3) พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และ 4) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ