

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทของ
ข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน

นางสาวอภิรดี ไชยเทพ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

ประธานกรรมการ

รศ.วัชรวิ พฤกษ์กานนท์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มี 3 วัตถุประสงค์คือ 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ
ประเภทของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) จังหวัดลำปาง
2.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อประเภทของ
ข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปางและ 3.) เพื่อศึกษา
ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อประเภทของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จาก
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน
การเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อประเภทของข้าราชการและ
ลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง จำนวน 200 ราย ซึ่งเลือกมาโดย
การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive

Statistic) การทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square Test) และการจัดลำดับความสำคัญโดยอาศัยหลักเกณฑ์วิธีของลิเคอร์ท (Likert Scal)

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ พบว่า ส่วนใหญ่วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติอยู่ในช่วงระหว่าง 300,001 - 500,000 บาท เป็นการกู้แบบมีบุคคลค้ำประกันและใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้แบบอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์บวกร้อยละ 2 ต่อปี ตามประกาศของธนาคาร และมีระยะเวลาการผ่อนชำระในช่วงระหว่าง 7 - 10 ปี จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนส่วนใหญ่มากกว่า 5,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์การกู้เพื่อนำเงินไปชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นและผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยมีวงเงินสินเชื่อประเภทนี้กับสถาบันการเงินอื่น จึงมีความเข้าใจในรายละเอียดและหลักเกณฑ์ของสินเชื่อเนกประสงค์ ทั้งนี้ ลูกจ้างส่วนใหญ่ได้ทราบถึงข้อมูลของสินเชื่อเนกประสงค์ด้วยตนเอง

จากการทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square Test) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่าวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ในเรื่องของ อายุ อาชีพ อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายต่อเดือน ขณะที่วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านการเคยใช้สินเชื่อเนกประสงค์จากสถาบันการเงินอื่น จำนวนเงินผ่อนชำระ เงื่อนไขการค้ำประกัน รวมถึงระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ

ผลการศึกษาการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อฯ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคาร ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องธนาคารของรัฐที่มีชื่อเสียงและความมั่นคง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกสำหรับการติดต่อ

ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจลำดับหนึ่งด้านการจัดจำหน่ายในระดับความพึงพอใจปานกลาง ลำดับสองด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และลำดับสามด้านราคา ในระดับความพึงพอใจปานกลางและลำดับสุดท้ายด้านกระบวนการในระดับความพึงพอใจน้อย

Independent Study Title	Factors Affecting the Choice of Multi-purpose Loan Service of Civil Servant and Regular Employee from the Krung Thai Bank Public Company Limited, Lampang Province	
Author	Miss Apiradee Chaithep	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof.Dr.Venus Ruachai	Chairperson
	Assoc.Prof.Watcharee Prueksakanont	Member

ABSTRACT

The purposes of this study were to (1) examine government official and full-time employee behaviors in using KTC CASH service of Krungthai Bank Public Company Limited, (2) investigate marketing mix factors affecting the use of KTC CASH service of government officials and full-time employees from Krungthai Bank Public Company Limited in Lampang province, and (3) determine the satisfaction of government officials and full-time employees in using KTC CASH service from Krungthai Bank Public Company Limited in Lampang province.

Primary data of this study were collected by questionnaires from 200 government officials and full-time employees, who used KTC CASH service from Krungthai Bank Public Company Limited in Lampang province, selected by accidental sampling. Descriptive statistics and chi-square test were used to analyze the data. The data were prioritized by Likert scale.

The results of the behavioral study of government officials and employees using KTC CASH showed that the majority of credit limit approval was between 300,001-500,000 baht, with guarantors, using lending rate (saving deposit rate) plus two percent per year according to bank announcement. The installment period was between seven to ten years, and more than 5,000 baht payment per month. The purpose of loan was to pay for other financial institutions. Most of the customers used to have this type of loan in other financial institutions, so they understood the details and regulations of the loan, and they heard about this loan by themselves.

Chi-square testing results at 0.05 level of significance revealed that the approved loans were related to personal factors of KTC CASH customers in terms of age, occupation, working period, average monthly income and expenses, and it also related to the behavior in using this type of loan at other financial institutions, amount of payment, guarantee conditions, and period of time in using Krungthai bank services of government official and employee KTC CASH service.

The findings of marketing mix factors affecting the use of loan service showed that the amount of loan approved was the most important product factor while the price factor was the interest rate based on the bank announcement. For sale factor, the most crucial factor was being a well-known government bank and security whereas promotion factor paid the most attention to special offers and discount. Regarding personal factor, service mind was the most important factor while process factor paid most attention to quickness in loan approval, and the most influential physical environment factor was location of the bank.

Satisfaction results in using the loan service showed that the samples were satisfied at a moderate level in sale, physical environment, and price respectively while they were satisfied in process at a low level.