

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้านักธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน	
ผู้เขียน	นายศิริพงศ์ นันตिका	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	
คณะกรรมการที่ปรึกษา	รศ.ดร.วินัส ฤชัย อ.ดร.รสริน โอสถานันต์กุล	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้านักธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน กับธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน 2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้านักธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน และ 3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่ได้รับการอนุมัติแล้ว ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2557 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 340 ราย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดอันดับความสำคัญ โดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) และการใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าโดยรวม พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.9 โดยอายุจะอยู่ในช่วง 21-30 ปี ร้อยละ 37.6 ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะอยู่ในช่วง 9,000 - 15,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 39.4

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าโดยรวม พบว่า วัตถุประสงค์ในการขอใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่ คือ เพื่อการอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 65 ใช้บริการสินเชื่อเป็นครั้งแรก(กู้ใหม่) คิดเป็นร้อยละ 87.1 วงเงินที่ขอสินเชื่อส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 100,001 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.1 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ ไม่เกิน 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.2 ใช้บุคคลเป็นหลักประกันที่ใช้ค้ำประกันสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 88.5 ดอกเบี้ย 0.75/เดือน คิดเป็นร้อยละ 77.1 ระยะเวลาที่ท่านขอผ่อนชำระ จำนวน 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.1 ผ่อนชำระมากกว่า 3,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60.9 ชำระผ่านบัตรเครดิตสาขาของธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 52.1 และได้รับการแนะนำจากญาติ พี่น้อง หรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 65.3

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน โดยรวมพบว่า ลำดับที่หนึ่ง คือ ปัจจัยด้านราคา ลำดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และลำดับที่สามคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในลำดับที่หนึ่ง ในแต่ละปัจจัย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติสูง ด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์ต่ำ ด้านการจัดจำหน่าย คือ ผ่อนชำระได้หลายวิธี ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ธนาคารมีของขวัญของชำร่วยแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษ ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีประสบการณ์และมีความชำนาญทางด้านสินเชื่อ ด้านกระบวนการ คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการโทรศัพท์ติดต่อ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ คือ ธนาคารมีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting Customers' Choice to Partipicate in The People's Bank Project of Government Savings Bank, Nikom Audsahakam Lamphun Branch	
<b>Author</b>	Mr. Siripong Nantika	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Advisory Committee</b>	Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai	Advisor
	Lect. Dr. Rossarin Osathanukul	Co-advisor

## ABSTRACT

This survey research aimed at analyzing (1) behaviors of the samples who used loan services, 2) factors affecting customers' choices of using services and 3) the satisfaction of customers towards the People's Bank Project of Government Savings Bank, NikomAudsahakamLamphun Branch. Population in this study werethe customers who used services in People's Bank Project of Government Savings Bank, Nikom Audsahakam Lamphun Branch. Data were collected from the customers who used services which were approved in People Bank Project of Government Savings Bank, NikomAudsahakamLamphun Branch from 1 January 2014 to 31 December 2014. There were 340 samples in this study. Data were analyzed by using descriptive statistics and ranked by using a rating scale according to the idea of the Likert scale. In addition, Chi-Square test was used to test the relationship of behaviors of the customers who used services in the People's Bank Project of Government Savings Bank at the significance level of 0.05.

It was found that most of the customers were male (60.9 %), aged between 21-30 years old (37.6 %), with the monthly salary of 9,000-15,000 baht (39.4 %).

Results from the study showed that most of the consumers used service for the purposeof consumption (65 %). OF the consumers, 87% used this service for the first time. Most of them were loaned an amount of 100,001-200,000 baht (57.1 %) with approved amount of not over 50,000 baht (41.2 %). The loan was also guaranteed by a person (88.5 %) with the interest of 0.75 % / month

(77.1 %), installment period of 8 years (44.1 %), and amount of installment of over 3,000 baht/month (60.9 %). The consumers paid via the Government Savings Bank counter (52.1 %), and they were suggested by relatives, siblings, or friends (65.3 %).

Results from studying factors affecting people's choice of using the People's Bank Project of Government Savings Bank, Nikom Audsahakam Lamphun Branch found that factors which most affected people were price, product, and distribution respectively.

Results from studying the satisfactions of customers for using the People's Bank Project of Government Savings Bank, Nikom Audsahakam Lamphun Branch found that customers had level 1 of satisfaction in each of the following factors. In terms of products, amount of loan was highly approved. In terms of price, a fee for assets evaluation was low. In terms of the distribution, customers can pay in many ways. In terms of marketing promotion, the bank provided gifts and souvenirs for customers on special occasions. In terms of the personnel, officers provided convenient and fast contact. In terms of the physical environment, the bank had sufficient and modern devices for service.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved