

52602369 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : สินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์ / ส่วนผสมทางการตลาด / พฤติกรรม

ภัทรวดี สันติพงษ์ไพฑูริย์ : ปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์
ธนาคารกรุงเทพ สาขาสี่แยกสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ :
ผศ.ประสพชัย พสุนนท์. 130 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์
ธนาคารกรุงเทพ สาขาสี่แยกสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่
ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์ 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์ และ 3)
เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านจิตวิทยาต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ
กรุงเทพธนวิทย์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเลือกผู้ตัวอย่างเฉพาะผู้ใช้บริการที่มีวงเงินสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์
ธนาคารกรุงเทพ สาขาสี่แยกสนามจันทร์ ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา จำนวน 300 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส
แล้ว ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ มีรายได้และรายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 20,000
- 29,999 บาท ใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์เป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป 2) ผู้ใช้บริการทั้งหมดเคยใช้
บริการเบิกวงเงินกู้ และมีระดับการใช้จ่ายเงินสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์ที่ 51% -75% ของวงเงินที่ได้รับอนุมัติ เพื่อ
ความคล่องตัวทางการเงินจึงมีความต้องการวงเงินสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์จำนวน 200,001 - 300,000 บาท 3)
ปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการพิจารณาในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยาที่ผู้ใช้บริการ
ให้ความสำคัญในการพิจารณาในระดับมาก คือ ด้านแรงจูงใจ และให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ด้านความ
เชื่อ/ทัศนคติ 4) ปัจจัยการตลาดบริการในด้านบุคลากรและปัจจัยทางจิตวิทยาในด้านการรับรู้ มีความสัมพันธ์
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์มากที่สุด ส่วนปัจจัยการตลาดบริการในด้านสภาพแวดล้อม
ในการให้บริการและปัจจัยทางจิตวิทยาในด้านความเชื่อ/ทัศนคติ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์น้อยที่สุด และ 5) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการใช้จ่ายเงินสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์ มี
วัตถุประสงค์ของการนำเงินไปใช้โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ คือ เพื่อนำไปใช้ซื้อสินค้าในการอุปโภค เป็น
ค่าใช้จ่ายในด้านสันตนาการ นำไปชำระหนี้บัตรเครดิต สำรองไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉินไว้เป็นค่ารักษาพยาบาลตนเอง
และครอบครัว ให้สมาชิกในครอบครัวไว้ใช้จ่าย และเป็นทุนการศึกษาของบุตร/คนในครอบครัว

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

52602369 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : KRUNG THAI CIRCLE LOAN / MARKETING MIX / BEHAVIOR

PATTARAWADEE SUNTIPONGPAIBOON : FACTOR AND BEHAVIOR IN THE SELECTION OF KRUNG THAI CIRCLE LOAN SERVICE AT THE SIYAKSANAMCHAN BRANCH OF KRUNG THAI BANK PCL, MUANG DISTRICT , NAKHONPATHOM PROVINCE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST PROF PRASOPCHAI PASUNON. 130 pp.

This research is a study of factor and behavior in the selection of Krung Thai Circle Loan Service at the Siyaksanamchan Branch of Krung Thai Bank PCL., Muang District , Nakhonpathom Province. with the objectives to 1) Study of factor, which is affected towards the selection of Krung Thai Circle Loan Service; 2) Study of behavior for use of Krung Thai Circle Loan Service; and 3) Study concerned the marketing service factor and psychological factor towards the selection of Krung Thai Circle Loan Service, by collection of data from specific sampling of Krung Thai Circle Loan Service Users of Krung Thai Bank Ltd., Siyaksanamchan Branch with a quota sampling of 300 persons.

From the result of research, it is found that 1) Majority of users are female at the age between 41 and 50 years of married status, maximum education of bachelor's degree, working as government official at an income and expenditure between Baht 20,000 and 29,999 per month using Krung Thai Circle Loan Service longer than 5 years up; 2) All users have previously used the loan service of Krung Thai Circle Loan Service at a level of 51% to 75% from the approved credit amount for financial flexibility. So, it is necessary for a requirement of Baht 200,001 to Baht 300,000 from Krung Thai Circle Loan Service; 3) Marketing service factor, in which users are at the most consideration in significance is product factor and at the lowest consideration in significance is marketing promotion. In the part of psychological factor, in which users are at the most consideration in significance is motivation and at the lowest consideration in significance is faith/attitude; 4) Marketing service factor in the area of personnel and psychological factor in the area of acknowledgement are very concerned towards the decision making for the selection of Krung Thai Circle Loan Service. In the part of marketing service factor at an environmental condition in providing service and psychological factor in faith/attitude are at the least concerned towards the decision making for selection of Krung Thai Circle Loan Service; and 5) Behavior of users in different usage of Krung Thai Circle Loan Service at respective objectives, namely for buying consumable goods, for recreation expenses, for debt settlement of credit card, reservation for emergency uses of medical treatment for self and family, for family member expenses and educational fund of children/family member.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้เป็นผลมาจากการได้รับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ. ประสพชัย พสุนนท์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณเพื่อนพนักงานของฝ่ายธุรกิจขนาดกลางภาคกลาง บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลของบริการสินเชื่อกรุงไทยธนวิญ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกคนในครอบครัว และอีกหลายท่านที่มีได้กล่าวนามที่เป็นกำลังใจให้อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำงานนี้อย่างสมบูรณ์

