ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของธนาการธนชาต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย

ผู้เขียน

นายประชา พ่อสุวรรณ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.คร.ประพัฒชนม์ จริยะพันธุ์ ประธานกรรมการ ผศ.คร.นิสิต พันธมิตร กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่ว ไปของผู้ใช้บริการ พฤติกรรม ปัจจัยที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการและปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของ ธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับ ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 300 ราย การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิง พรรณนา นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ใช้วิธีวัดตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) และการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 31 – 35 ปี อยู่ใน สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการ จาก บมจ. ธนาการธนชาต จำกัด (มหาชน) ใช้รถยนต์ยยี่ห้อโตโยต้ามากที่สุด มีการหาข้อมูลจาก สื่อโฆษณาต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการบ้าง พนักงานบริษัทเป็นสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจมากที่สุด เหตุผลส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาจากความน่าเชื่อถือ ของธนาการ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติอยู่ระหว่าง 400,001 – 600,000 บาท จำนวนงวดการ ชำระเงินคือ 72 งวด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร ความมั่นคงของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ อัตราคอกเบี้ยต่ำ ค่าเฉลี่ย 4.27 ปัจจัย ด้านบุคลากร พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ ค่าเฉลี่ย 4.15 ปัจจัยด้าน การให้บริการ สะควกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถสะควก, เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.95 และปัจจัยด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

จากการทคสอบใคสแควร์ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า วงเงินสินเชื่อที่ ได้รับอนุมัติของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับ เพส อายุ สถานภาพสมรส ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีค่า χ^2 ที่คำนวนได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์- ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มาก เกินไป รองลงมาคือ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านการให้บริการ ปัญหาด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านกายภาพ- ชื่อเสียงและ ความมั่นคงของธนาคาร ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved

VG MAI

Independent Study Title

Factors Affecting the Demand of Automobile Hire-purchasing

Credit Service of Thanachart Bank in Chiang Rai Province

Author

Degree

Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect.Dr.Prapatchon Jariyapan Chairperson

Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit Member

ABSTRACT

This study had an objective to study the general characteristics, behavior of service users and factors which might affect their choice, and the problems affecting the demand for automobile hire-purchase credit service of Thanachart Bank in Chiang Rai Province. Questionnaire was designed to collect information from 300 samples of individuals who used automobile hire-purchase credit service of Thanachart Bank in Chiang Rai Province. The analyses were based on the results of descriptive statistics including frequency, percentage, arithmetic mean, and standard deviation, Likert Scale assessment, and Chi-square test.

The results of the study revealed the majority of customers of Thanachart Bank could be described as male, aged between 31 – 35 years old, married, bachelor's degree graduate, private business employee, and had average income between 20,001 – 30,000 Baht per month.

On the study of service users behavior, the experience whether in using services of Thanachart Bank and used Toyota Brand the most, the respondents searched some information by the other advertising before asking the credit service, and the private business employee was the most influence factor advertising made them. The most influence. Al Factor in using services, was the security and reputation of the bank. The credit line would be 400,001 - 600,000 Baht, entering 72 month banking contract.

The most important factor making when using automobile hire-purchase credit service was the security and reputation of the bank (average score of 4.52) followed by the factors of the amount of credit - low interest rate (4.27), people - service quality of the bank staff (4.15), service - firms were short credit approval time, quick cash (4.12), place - convenience of parking (3.95), market - public relations through agent (3.58).

The results of Chi-Square test at 0.05 statistically significant levels revealed the credit line for hire-purchasing had relationship with gender, age, status, the education level, job and average income per month. Chi-Square value less than 0.05 statistically significant levels revealed.

The most frequent problem reported was the product - documentation required to take out loan was too much, followed by the problems of market promotion, service provision procedure, channels of distribution, people, price, the security and reputation of the bank.



ENG MA