

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของลูกค้านักธุรกิจขนาดกลางของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายปองพล คุณานุกุลวัฒนา

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษานี้ คือการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของลูกค้านักธุรกิจขนาดกลางของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 103 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ธนาคารในด้านธนาคารมีความมั่นคงเป็นหลัก (มากกว่าร้อยละ 89) โดยเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารเนื่องจากเคยใช้บริการของธนาคารที่ต่อเนื่องและยาวนานเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 19.19) รองลงมาคือ ธนาคารมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากและดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของกิจการ คือ ธนาคารต้องมีชื่อเสียง และมั่นคงเป็นอันดับแรก (คะแนนเฉลี่ย 4.07) อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร อันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับ 5 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับ 6 คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และอันดับที่ 7 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ตามลำดับ นอกจากนี้ลักษณะของกิจการ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ และรายได้ของกิจการยังมีผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ส่วนปัญหาสำคัญในการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร คือ การอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ขั้นตอนมาก เงื่อนไขด้านเอกสารประกอบคำขอสินเชื่อยุ่งยาก อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมในการจัดการสินเชื่อแพงกว่าธนาคารอื่น

ดังนั้น การให้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านภาพลักษณ์ของธนาคารที่ต้องมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง ด้านสถานที่ให้บริการ กระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร รวมถึงการให้บริการสินเชื่อที่สอดคล้องกับลักษณะของกิจการด้วย

Independent Study Title Factors Affecting the Choice of Credit for Bangkok Bank's Medium Business Customers in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Mr.Pongpol Kunanukulwattana

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect Dr.Prapatchon Jariyapan Advisor

Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit Co-advisor

ABSTRACT

The main objective of this study is to explore the factors affecting the choice of credit for Bangkok Bank's Medium-Sized Business Customers in Mueang District, Chiang Mai Province. Primary data were collected using questionnaires distributed to 103 medium-sized business entrepreneurs. Data were then analyzed with percentage, arithmetic mean, standard deviation, and the relationship between independent and dependent variables. Chi-square statistics at the 0.05 level of statistical significance were employed in the data analysis.

The results of the study found that the entrepreneurs placed importance on the bank's image in terms of its security and stability (more than 89%). The main reason for choosing the bank's credit is that the customers had used the bank's services for a long time (19.19%). The other reasons were the bank's stability and reliability, uncomplicated process to request for credit, and lower interest rates than other banks, respectively.

The first factor affecting the consideration to choose the bank's credit was the bank's reputation and stability (average score of 4.07). The second factor was the personnel; the third was the process of services; the fourth was the price; the fifth was the product; the sixth was the marketing promotion; and the seventh was the location, respectively. The features of business customers, including the type and income of the business, influenced the consideration to use the credit. The main problems of the bank's credit were slow approval, numerous procedures, many documents to be attached, and higher interest rate and fees than other banks.

Therefore, the commercial bank's credit service should focus on all facets, especially the image of the bank in terms of reputation and stability, location, process of servicing, product, personnel, and credit conforming to the type of business.