

การศึกษารั้ครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ 3) ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ราย ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates : MLE) และเทคนิควิเคราะห์ marginal effect

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.01 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 39.55 สถานภาพสมรสร้อยละ 57.56 มีภาระต้องเลี้ยงดูบุตรร้อยละ 61.09 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.49 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 46.30 และมีภาระหนี้สินอื่นๆร้อยละ 95.50

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าส่วนใหญ่ ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกับธนาคาร โดยได้รับการแนะนำ ชักชวน จากเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 55.63 มีวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่น ร้อยละ 47.92 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 500,001 -600,000 บาท ร้อยละ 35.06 มีระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ค้ำธนาคารมากกว่า 84 เดือน ขึ้นไป ร้อยละ 86.82

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินอื่น เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด คือ 73.36% รองลงมาได้แก่ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์การให้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติภาระหนี้สินอื่น โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อโอกาสเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้นระหว่าง 50-60% ในขณะที่ อาคารสถานที่ สะอาด กว้างขวาง ทันสมัย มีการแยกจุดการให้บริการเป็นสัดส่วน มีที่จอดรถ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต อายุ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ความจำเป็นในการขอสินเชื่อเนกประสงค์ ภาระที่ต้องเลี้ยงดูบุตร มีผลกระทบต่อโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้นระหว่าง 30-50% นอกจากนี้ ระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อ และแจ้งผลการอนุมัติรวดเร็ว หลักทรัพย์ค้ำประกัน วุฒิการศึกษา เพศ ค่าธรรมเนียมและค่าบริการ สถานภาพการสมรส โดยที่ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่าง 20-30%

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรมากที่สุด ในการให้บริการและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน ร้อยละ 88.42 รองลงมาความพึงพอใจอาคารสำนักงานความสวยงาม กว้างขวางทันสมัย มีที่จอดรถ ร้อยละ 71.38 ด้านความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ พบว่าส่วนใหญ่มีความไม่พึงพอใจต่อขั้นตอนการกู้ เงื่อนไขการกู้ ที่ยุ่งยาก ร้อยละ 55.95 รองลงมาคือ วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอ ร้อยละ 45.98 และความล่าช้าในการอนุมัติสินเชื่อ ร้อยละ 40.19

This study examined the behavior, the decisive factors, and the satisfaction of bank clients using the multi-purpose credit service of Krung Thai Bank (Public Company) in Muaeng District of Chiang Mai Province. Data and information were collected from 500 samples of the KTB's clients identified by purposive sampling method. The analysis was based on the results of descriptive statistics logit model application using Maximum Likelihood Estimate : MLE ) technique and marginal effect investigation.

The majority of samples under study can be characterized as female (52.01%), aged 31-40 (39.58%), married (57.56%), having young family dependent(s) (61.09%) bachelor's degree graduate (59.49%), with 10,001-20,000 baht average monthly income, and having other debt burdens (95.50%).

On consumer behavior, the study found the majority of the respondents used this bank's multi-purpose loan upon the advice or persuasion from their colleagues (55.63%) borrowed in order to repay the loans from other lending institutions (47.92%), received 500,001-600,000 baht loan limit (35.06%), and had installment period cover 84 months (86.82%).

The main decisive factor for the samples under study to use KTB's multi-purpose credit service appeared to be the lower interest rate compared to these of personal loans from the other bank (73.36%), followed by their understanding about the criteria for using the multiple-purpose loans, the approved loan limits, and other debt burdens, these factor were found to increase the likelihood of their choosing this type of KTB's service by 50-60%. The next most important decisive factors which could increase the likelihood of using KTB's service by 30-50% included the attractive features of office building and parking facilities, advertisement in such media as television and internet, age, length of installment period credit need, and child burden. The remaining determining factors, which might increase the likelihood of one's becoming KTB's client by 20-30% were the speedy loan approved and report procedures, requirement of collateral, education, gender, service fee, and marital status.

On consumer satisfaction, the investigation found that the multi-purpose credit users of KTB's service were most pleased with bank personnel factor in the aspects of having service mind and good human relation (88.42%), trailed by the facility factor in terms of attractive, roomy, and modern office building with parking area (71.38%). The complaints or unsatisfactory factors concerning the use of multi-purpose credit service were the complicated loan application procedures (55.95%), and the approved loan size smaller than what was needed (45.98%) and the lengthy time taken for loan approval (40.19%).