

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2
- ผู้จัดทำ : นายอนันต์ สัจมนตรี
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธีรลักษณ์ สัจจะวาที
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- วันที่อนุมัติผลงาน : พฤษภาคม 2554
- จำนวนหน้า : 48 หน้า

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครู จำแนกตามผู้ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ และผู้ใช้บริการสินเชื่อจากแหล่งอื่นๆ โดยใช้วิธีการศึกษารวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 250 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างคือข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือการวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างจะใช้ t-test

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ ระหว่าง 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป โดยมีอายุงานปัจจุบันมากกว่า 20 ปี โดยส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานเป็นครูผู้สอน ในช่วงระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล และมีเงินต้นค้างชำระที่มากที่สุด คือ ธนาคารกรุงไทย มีวงเงินกู้สินเชื่อมากกว่า 1,000,000 และเงินต้นคงค้าง 100,001 – 500,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ไม่เคยย้ายสถาบันกู้เงิน สาเหตุในการย้าย

สถาบัน กู้เงินเนื่องจากดอกเบี้ยเงินกู้สูง และนอกจากสินเชื่อส่วนบุคคลแล้ว ส่วนใหญ่ไม่มีสินเชื่อประเภทอื่น และไม่มีสินเชื่อในระบบ

ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเขต 2 พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการอุปโภคบริโภค โดยได้ข้อมูลสินเชื่อส่วนบุคคลจากเพื่อนและคนที่รู้จัก ซึ่งเพื่อนและคนที่รู้จักมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาข้อมูลด้านอัตราดอกเบี้ยก่อนตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด แต่ใช้ข้อมูลด้านวงเงินให้สินเชื่อในการตัดสินใจสูงสุด และได้มีการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นๆ ก่อนตัดสินใจ ในด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในภายหลังที่ใช้บริการพบว่าอยู่ในระดับตรงกับที่คาดหวัง (พึงพอใจ) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจากธนาคารที่ใช้บริการ และหากมีการขอสินเชื่อเพิ่มเติม พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจมาใช้บริการที่เดิม

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลต่างกัน จะมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอนเขต 2 แตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t - test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลต่างกัน ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอนเขต 2 ในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลต่างกัน ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 ในภาพรวม และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ แตกต่างกัน