

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การตัดสินใจขอรับสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้บริโภค  
เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นายชยพร ธนาไชย ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) ศ.ดร.เรวัตร์ ชาศรีวิชัย  
ปีการศึกษา 2554 จำนวนหน้า 131 หน้า คำสำคัญ การตัดสินใจ การขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจขอรับสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้บริโภค เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจขอรับสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจขอรับสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้บริโภค ในภาพรวม คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ผลการเปรียบเทียบตัดสินใจขอรับสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่เพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรสต่างกัน มีการตัดสินใจขอรับสินเชื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรสต่างกัน มีการตัดสินใจด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีอายุ และสถานภาพสมรสต่างกันมีการตัดสินใจด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจด้านส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ลายมือชื่อนักศึกษา..... ๕๖๖๕

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1 ..... 2 .....

**Independent study title:** Decision-Making on Asking for a Housing Loan from Government Housing Bank by Customers, Living in Donmueang, District, Bangkok

**Researcher:** Mr. Chayaporn Thanachai. Degree: Master of Business Administration (Marketing). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Jariya Klinjan 2) Prof. Dr. Rawat Chatreewisit. Academic year: 2011. 131 pp. Keywords: decision-making, an asking for a housing loan

### Abstract

The purposes of this research were to study the decision-making on asking for a housing loan from Government Housing Bank by customers living in Donmueang district, Bangkok, and to compare the decision-making of customers based on personal characteristics. The sample included 384 customers. Questionnaires were used as a research tool. Data was analyzed by frequency, percentage, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results indicated that the overall mean score of customers' decision-making on asking for a housing loan from Government Housing Bank was at high level. Aspect by aspect analysis found that the four aspects rated high –ranked from the highest to the least high were as follows: product and service, promotion, price, and distribution. The comparison of decision-making of customers based on personal characteristics showed that customers having different marital status, educational level, and occupation made significantly different decision at 0.01 level. In terms of goods and services, customers having different sex, educational level, and marital status made significantly different decisions at 0.01 level. Regarding price, customers having different educational level made significantly different decision at 0.01 level. In terms of distribution, customers having different age and marital status made significantly different decision at 0.05 level. In addition, customers having different age and educational level made significantly different decision at 0.01 level on marketing promotion.

Student's signature.....*Chayaporn*.....

Independent study advisors' signature 1).....*[Signature]*..... 2).....*[Signature]*.....