



การใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์
ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

**Consumer Credit Usage of the Commercial Bank Clients
in Muang District, Trang Province**

ธิดารัตน์ จิตขจรไพศาล

Thidarat Jitkajornpaisal

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Agribusiness Management

Prince of Songkla University

2553

ชื่อสารนิพนธ์	การใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
ผู้เขียน	นางสาวธิดารัตน์ จิตขจรไพศาล
สาขาวิชา	การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อ 2) พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ 3) ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับปริมาณการให้บริการสินเชื่อ และ 5) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ และความต้องการใช้บริการสินเชื่อในอนาคต โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค 145 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณโดยใช้สถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 35.1 ปี สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 4.19 คน/ครอบครัว ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและประกอบอาชีพรอง ได้แก่ อาชีพด้านการเกษตร รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ย 56,300.7 บาท/เดือน รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย 174,261.7 บาท/เดือน มีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลเฉลี่ย 24,149.7 บาท/เดือน ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเฉลี่ย 110,700 บาท/เดือน ในส่วนของภาระหนี้สินส่วนบุคคลรวมทุกแหล่งเฉลี่ย 649,731.0 บาท และมีภาระหนี้สินของครัวเรือนเฉลี่ย 1,314,570.0 บาท

ธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคมามาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย เนื่องจากธนาคารดังกล่าวมีการให้บริการที่ดี ขั้นตอนการขอสะดวก ไม่ยุ่งยาก และธนาคารมีสาขาให้บริการมาก ธุรกิจที่มีการใช้บริการมากคือการชำระหนี้สินที่เกิดจากสินเชื่อเพื่อการบริโภค การขอสินเชื่อเพื่อการบริโภคเป็นการใช้เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว และเพื่อซื้อรถยนต์เป็นส่วนมาก มีภาระสินเชื่อเพื่อการบริโภคเฉลี่ย 684,082.8 บาท/ครัวเรือน

ปัจจัยทางด้านการตลาดที่ผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค ขั้นตอนการสมัครที่ง่ายและสะดวก มีผลมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์/บริการตรงตามความต้องการ ผลิตภัณฑ์/บริการมีความหลากหลาย การอนุมัติรวดเร็ว พนักงานให้บริการดี เชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร อนุมัติวงเงินตามที่ต้องการ ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนาน มีการปรับปรุง

ผลิตภัณฑ์/บริการอยู่เสมอ อัตราดอกเบี้ยต่ำ อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆต่ำ ธนาคารมีสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ ทำเลที่ตั้งธนาคารเหมาะสมที่จอดรถสะดวก มีระบบรักษาความปลอดภัยดีเยี่ยม มีการขยายระยะเวลาการให้บริการได้มาก การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆกระตุ้นการรับรู้ และการให้ข่าวสารการให้บริการครบถ้วนทันสมัยมีผลในระดับมาก ยกเว้นการแจกของขวัญและรางวัลในโอกาสต่างๆ มีผลระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค พบว่า ปัจจัยทางสังคมในส่วนของ อายุ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และปัจจัยทางเศรษฐกิจในส่วนของรายได้ส่วนบุคคล และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เช่นกัน

ปัญหาที่สำคัญในการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค คือ ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่สูงเกินไป และไม่เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อและผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีการเสนอแนะให้ธนาคารลดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมลง กลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนใช้บริการสินเชื่อในอนาคต โดยวางแผนจะใช้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค และซื้อยานพาหนะ ส่วนธนาคารพาณิชย์ที่จะเลือกใช้มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกสิกรไทย เนื่องมาจากการให้วงเงินสูง มีการให้บริการที่ดี และดอกเบี้ยต่ำ

Minor Thesis Title : Consumer Credit Usage of the Commercial Bank
Clients in Muang District, Trang Province
Author : Miss Thidarat Jitkajornpaisal
Major Program : Agribusiness Management
Academic Year : 2009

Abstract

The research aims to study 1) the social and economic features of the clients using consumer credit 2) consumers' behaviors on consumers credit usage 3) marketing factors influencing the consumers credit usage 4) the relationships between social and economic factors and volumes of consumer credit usage and 5) problems and threats in service access and the credit line requirements in the future. The data were compiled through 145 commercial bank clients using consumer credit. The descriptive and quantitative analyses were implemented by the descriptive technique and Chi-Square Statistics respectively.

The results reveal that most of the respondents are male and married. The average age is 35.1 years old. The average household members are 4.19 people per household. The respondents are bachelor educated or equal. The majorities work as company employees, government, and state enterprise officers as their main careers. Their supplementary careers are agricultural activities. The average personal income is 56,300.7 baht/month. The average household income is 174,261.7 baht/month. The average personal expense is 24,149.7 baht/month. The average household expense is 110,700 baht/month. Total personal debt from all sources is 649,731.0 baht in average. The average household debt is 1,314,570.0 baht.

The first 3 commercial banks, where the respondents use consumer credit, are Krung Thai Bank Public Company Limited, Siam Commercial Bank Public Company Limited, and Kasikorn Bank Public Company Limited. The reasons are

listed as convenient application, simple access and more branches. The popular transaction is debt payment deriving from consumer credit. The consumer credit application is mainly aimed to support the purchase of consuming products, accommodation as single houses and cars. The average consumer credit is 684,082.8 baht/household.

The marketing factors affecting the consumer credit service are described as details. The simple and convenient application are rated the highest. The other factors are diversified products/services meeting clients' requirements, fast approval, good services, confidence in bank reputation, credit line approval as requested, long-term installment, continuous product/service improvement, low interest rate and fee, various branches, convenient parking and locations, excellent security system, and extended service hours. The advertisements through various types of media encourage the clients' perception and the complete news services are rated in the high level. The gift and rewards are rated in the moderate level.

The independence test between the social and economic factors and volumes of consumer credit financed by commercial banks are described as details. The social factors in views of age and married status relate to volumes of consumer credit with the statistical significance at the level of confidence 95%. The economic factors regarding of personal income and expense also relate to volumes of consumer credit with the statistical significance at the level of confidence 95%.

The major problems regarding the consumer credit service is listed as too high interest and fee, weak understanding in products and credit application process. The respondents raise their suggestions to the banks to reduce the interest rate and fee. In addition, the respondents focus on future loan application on houses, consumer credit, and vehicles. The third preferable commercial banks are Siam Commercial Bank Public Company Limited, Krung Thai Bank Public Company Limited, and Kasikorn Bank Public Company Limited. The reasons are high credit volumes, good services, and low interest rate.

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยเรื่อง การใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดตรัง สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเป็นผลมาจากความกรุณาเอาใจใส่ให้ คำปรึกษาในกระบวนการอย่างสม่ำเสมอของ รองศาสตราจารย์ ดร.สุธัญญา ทองรักษ์ อาจารย์ที่ ปรึกษาสารนิพนธ์ เริ่มตั้งแต่การเริ่มเขียนโครงร่างสารนิพนธ์ การเก็บรวบรวมข้อมูล การ วิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการเขียนสารนิพนธ์อย่างถูกต้องสมบูรณ์ ปลูกฝังให้ผู้วิจัยมีวินัยและ ความละเอียดรอบคอบในการทำงานมากยิ่งขึ้น ตลอดจนกำลังใจ และแบบอย่างที่ดีแก่ผู้วิจัยเสมอ มา ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล และอาจารย์กนกพร ภาชีรัตน์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและถูกต้องเชิงเนื้อหา และให้ข้อ เสนอแนะในการปรับปรุงงานวิจัยให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งขอขอบพระคุณ ดร.สิริรัตน์ เกียรติปฐมชัย สำหรับแนวทางและเทคนิคในการเขียนสารนิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความ กรุณาของคณาจารย์ทั้ง 4 ท่านเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นอกเหนือจากคณาจารย์ทั้ง 4 ท่านแล้ว ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความ อนุเคราะห์และเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็น ประโยชน์อย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ รวมทั้งมิตรภาพที่ดี ระหว่างการเรียน คุณค่าและประโยชน์จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการีและครูบา อาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งหมดให้แก่ผู้วิจัย

ธิดารัตน์ จิตขจรไพศาล

พฤษภาคม 2553

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 คำนิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	
2.1 สถานการณ์สินเชื่อนานาชาติพาณิชย์เพื่อการบริโภคและหนี้สินภาคครัวเรือน	6
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
3.1 ข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	
4.1 ลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อนานาชาติพาณิชย์เพื่อการบริโภค	31
4.2 พฤติกรรมใช้บริการสินเชื่อนานาชาติพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค	37
4.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อนานาชาติพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค	44
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อนานาชาติพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล (ต่อ)	
4.5 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการในอนาคต ในการใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค	49
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	53
5.2 ข้อเสนอแนะ	55
5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัย	57
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก แบบสอบถาม	61
ประวัติผู้เขียน	68

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 สินเชื่อแยกตามวัตถุประสงค์ในภาคใต้	6
ตารางที่ 2.2 สินเชื่อแยกตามวัตถุประสงค์ในจังหวัดตรัง	7
ตารางที่ 2.3 จำนวนหนี้สินต่อครัวเรือนของจังหวัดตรัง	10
ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางด้านสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	32
ตารางที่ 4.2 ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง	34
ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค	38
ตารางที่ 4.4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค	45
ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภค	47
ตารางที่ 4.6 ปัญหาจากการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคและข้อเสนอแนะ	50
ตารางที่ 4.7 ความต้องการใช้สินเชื่อในอนาคต	51

สารบัญภาพ

ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า

29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

จากสถานะเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบันและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีหลายปัจจัยที่เข้ามามีบทบาทกับการบริโภคในชีวิตประจำวัน นอกเหนือจากปัจจัย 4 เดิมการบริโภคอาจเป็นเพียงแค่เพื่อการยังชีพ และสามารถตอบสนองได้เพียงเบื้องต้นเท่านั้น เช่น การมีเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย อาหาร และยารักษาโรค แต่เมื่อมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทำให้การบริโภคของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่น ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ค่านิยม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางการสื่อสารและเทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ทำให้การบริโภคนอกจากจะตอบสนองทางด้านร่างกายแล้ว ยังต้องตอบสนองทางด้านจิตใจและสังคมอีกด้วย ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ผลิตต่างๆ ต้องมีการปรับตัวไปตามสภาพที่เปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ จึงต้องวางแผนทางการตลาดเพื่อสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าหรือบริการของตนมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากส่งผลต่อการบริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสและทางเลือกในการบริโภคมากขึ้น เป็นเหตุผลสนับสนุนและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และจากเหตุผลด้านความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดนี้เอง ทำให้มีผู้บริโภคส่วนหนึ่งมีโอกาสและปัจจัยที่ทำให้ได้มาซึ่งการบริโภคที่ตนเองต้องการ แต่ก็มีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่มีความต้องการแต่ขาดโอกาสและปัจจัยสนับสนุน ความต้องการนั้น จึงมีตัวกลางที่เป็นผู้ประสานความต้องการบริโภคกับความต้องการขายที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้ทั้ง 2 ฝ่าย มีโอกาสซึ่งกันและกันมากขึ้น ในที่นี้จะกล่าวถึงการให้สินเชื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการบริโภคของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญและมีบทบาทมากที่สุดของประเทศ ทั้งในบทบาทของการเป็นแหล่งระดมเงินออมและแหล่งให้กู้ยืมที่ใหญ่ที่สุด และบทบาทในการทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดระบบการใช้จ่ายเงิน การเพิ่มหรือลดปริมาณเงิน และเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการดำเนินนโยบายทางการเงินของประเทศ ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ช่วยให้เกิดการออมขึ้น โดยนำเงินที่ได้จากการออมไปเป็นแหล่งเงินทุนเพื่อให้กู้ยืมตามวัตถุประสงค์ต่างๆ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยลดความเสี่ยงในทางการเงินให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกิจซึ่งต้องเผชิญกับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนหรืออัตราดอกเบี้ยในตลาด สามารถป้องกันความเสี่ยงได้จากบริการของธนาคารพาณิชย์ อีกทั้งรัฐยังใช้ธนาคารพาณิชย์เป็นช่องทางในการออกมาตรการทางการเงิน

ต่างๆ เช่น การกำหนดให้ต้องปล่อยสินเชื่อผู้ท้องถิ่นเพื่อเป็นการกระจายแหล่งเงินทุนให้เข้าถึงพื้นที่มากขึ้น (จรินทร์ เทศวานิช, 2542)

ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจหลัก 3 ด้าน ได้แก่ การรับฝากเงิน การให้สินเชื่อ และการเรียกเก็บเงินระหว่างธนาคาร เงินฝากถือเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยธนาคารจะนำไปจัดสรรให้สินเชื่อแก่ผู้ที่ต้องการเงินทุนในระบบเศรษฐกิจ โดยได้รับประโยชน์ในส่วนต่างของดอกเบี้ยระหว่างเงินฝากกับเงินให้สินเชื่อ การให้สินเชื่อ แบ่งออกเป็น เงินกู้ เงินเบิกเกินบัญชี และตั๋วเงินซึ่งประกอบด้วยตั๋วเงินที่รับซื้อและซื้อลด รวมทั้งสินเชื่อในรูปแบบการค้ำระหว่างประเทศด้วย ซึ่งผู้ขอเงินจากธนาคารพาณิชย์ต้องมีคุณสมบัติตรงตามที่ธนาคารกำหนด โดยผู้ขอสามารถนำเงินที่ได้จากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในธุรกิจ หรือกู้เงินเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ตามที่ต้องการและชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยตามอัตราและเงื่อนไขที่ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งกำหนด (บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2549)

ในปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์เปิดให้บริการมากมายในประเทศไทยกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัด โดยแต่ละธนาคารก็มีการขยายสาขามากมาย เพื่อรองรับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนได้อย่างทั่วถึง ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์เหล่านี้ยังปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อผลประกอบการที่ดีที่สุดของธนาคาร หากจะกล่าวถึงธนาคารพาณิชย์ในแง่การขยายการให้บริการ พบว่า มีการขยายธุรกิจการให้บริการในรูปแบบสาขาทั้งสาขาเต็มรูปแบบ และสาขาย่อยอย่างรวดเร็วทำให้ในแต่ละจังหวัด แต่ละอำเภอมีธนาคารพาณิชย์เปิดให้บริการอยู่ในเกือบทุกพื้นที่ จำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ภาคใต้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2553 มีทั้งหมด 683 สาขา แบ่งออกเป็นสาขาเต็มรูปแบบ จำนวน 605 สาขา และสาขาย่อยอีก 78 สาขา ซึ่งมีสัดส่วนสินเชื่อเงินเบิกเกินบัญชี 53,267 ล้านบาท เงินกู้ 285,976 ล้านบาท ตั๋วเงิน 45,993 ล้านบาท และเป็นสินเชื่ออื่นๆ 45 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553ก)

ในส่วนของอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีการให้สินเชื่อเป็นเงิน 14,907 ล้านบาท แบ่งเป็นสัดส่วนสินเชื่อประกอบด้วย เงินเบิกเกินบัญชี 3,425 ล้านบาท เงินกู้ 9,264 ล้านบาท ตั๋วเงิน 2,168 ล้านบาท และอื่นๆ 3 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553ข) ซึ่งกลุ่มที่ได้รับสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการผลิต การขายส่งปลีก ซ่อมแซมรถจักรยานยนต์ และการบริโภคส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 77 ของสินเชื่อทั้งหมด ในส่วนภาคการเกษตรกรรม การค้าสัตว์ ป่าไม้และประมง ยังมีสัดส่วนที่น้อย คิดเป็นร้อยละ 6 ของสินเชื่อทั้งหมด โดยเฉพาะในส่วนของสินเชื่อเพื่อการบริโภคส่วนบุคคลของจังหวัดตรัง มีจำนวน 4,087 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.46 ของสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดตรังทั้งหมด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553ข)

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในจังหวัดตรัง มีการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคอยู่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดตรัง ซึ่งนี้อาจกล่าวได้ว่าประชาชนในจังหวัดตรังให้ความสำคัญกับการบริโภคส่วนบุคคลเป็นอย่างมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการบริโภคซึ่งจากเดิมเป็นการบริโภคเพื่อยังชีพเพียงอย่างเดียว เป็นเลือกสรรสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ โดยเฉพาะตอบสนองทางด้านจิตใจมากขึ้น มีการคำนึงถึงปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น กระแสความนิยม การแสดงถึงความมั่งคั่ง วัฒนธรรม เป็นต้น โดยธนาคารพาณิชย์เปิดให้บริการมากในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีมากถึง 11 ธนาคาร 34 สาขา ซึ่งประกอบด้วย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารธนชาต ธนาคารกรุงไทย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารยูโอบี ธนาคารเกียรตินาคิน ธนาคารทีสโก้ ซึ่งธนาคารต่างๆ ก็จะมีการดำเนินงานในรูปแบบสาขาขยายออกไปมากมาย ทำให้การแข่งขันในด้านการให้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีความรุนแรงและหลากหลายมากยิ่งขึ้น

สินเชื่อเพื่อการบริโภคก็เป็นผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ประเภทหนึ่ง ที่ธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันในการปรับปรุงคุณภาพการให้สินเชื่อ เพื่อให้ตอบสนองผู้บริโภคมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดอกเบี้ยเงินกู้ การขยายวงเงิน การลดภาระค่าใช้จ่ายในการขอกู้ ระยะเวลาในการอนุมัติ การให้บริการเงินกู้ และการให้สิทธิพิเศษแก่ผู้กู้ ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองมากที่สุดได้ ทั้งนี้การเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารใดก็ตาม อาจมีปัจจัยที่จะมากำหนดพฤติกรรมในการเลือกหลายปัจจัย ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค ซึ่งจากการค้นคว้าของผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่มีการศึกษาเรื่องดังกล่าวในพื้นที่ของอำเภอเมือง จังหวัดตรัง เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยต่างๆ เป็นส่วนสำคัญในการใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ ของผู้บริโภคในพื้นที่ รวมไปถึงสถานการณ์การใช้ในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการให้บริการและผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 5 ประการ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคในพื้นที่ศึกษา
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในพื้นที่ศึกษา

- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในพื้นที่ศึกษา
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในพื้นที่ศึกษา
- 5) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ และความต้องการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอนาคตในพื้นที่ศึกษา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเพื่อศึกษาการให้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

- 1) พื้นที่ทำการศึกษาคือ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เนื่องจากในอำเภอเมืองเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดตรังที่มีความหลากหลายทางด้านต่างๆ เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา เป็นต้น โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง คือเลือกศึกษาจาก 3 ตำบล คือ ตำบลทับเที่ยง ตำบลบ้านโพธิ์ และตำบลน้ำผุด เนื่องจากทั้ง 3 ตำบลเป็นพื้นที่ที่มีประชากรอาศัยอยู่มาก ประกอบกับมีธนาคารพาณิชย์ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษากำหนดไว้ 150 ตัวอย่าง จาก 3 ตำบลๆ ละเท่าๆ กัน และมีเงื่อนไขในการศึกษากลุ่มตัวอย่างว่าต้องเป็นผู้ที่เคยใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และสัมภาษณ์ตามบ้าน (Home Interview)
- 3) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2553

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ มีดังนี้

- 1) ทำให้ทราบถึงสภาพข้อมูลทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจผู้บริโภค ในการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค
- 2) ทำให้ทราบแนวโน้มและทิศทางของตลาดและความต้องการในการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค สำหรับเป็นแนวทางในการขยายฐานลูกค้าเพื่อการบริการต่อไปในอนาคต
- 3) เพื่อประโยชน์ในการเป็นแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
- 4) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

1.5 คำนิยามศัพท์

สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง สินเชื่อที่ผู้บริโภคเป็นผู้ใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรต่างๆ ที่นำมาบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งได้แก่ สินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อซื้อยานพาหนะ สินเชื่อเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และสินเชื่อเพื่อชำระหนี้สินเนื่องมาจากการบริโภค

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ และหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ที่ประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันได้กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น การให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตั๋วเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้จะประกอบธุรกิจประเภทอื่นๆ อันเป็นประเพณีของธนาคารพาณิชย์ด้วยก็ได้ ปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยทั้งหมด 16 ธนาคาร

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร

การศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูล มีการตรวจสอบเอกสารในงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ซึ่งรวบรวมและแบ่งออกเป็น สถานการณ์สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อธิบายรายละเอียด ดังนี้

2.1 สถานการณ์สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคและหนี้สินภาคครัวเรือน

ธนาคารแห่งประเทศไทยมีการเก็บข้อมูลของการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียด ได้ดังนี้ (ตารางที่ 2.1)

2.1.1 สถานการณ์สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

การให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในภาคใต้โดยภาพรวมมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในภาคส่วนของธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร , การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน และส่วนของการบริโภคส่วนบุคคลซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเป็น 3 อันดับแรกของการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในภาคใต้ (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 สินเชื่อแยกตามวัตถุประสงค์ในภาคใต้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทสินเชื่อ	2547	2548	2549	2550	2551	2552
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และป่าไม้	7,383	8,567	7,536	7,778	7,627	7,139
ประมง	6,368	6,147	5,980	5,844	4,895	4,678
การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน	1,497	1,254	1,147	1,187	1,018	1,013
อุตสาหกรรม (การผลิต)	28,597	37,642	44,050	50,361	34,331	41,291
ไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	34	183	418	471	491	464
การก่อสร้าง	6,761	7,966	8,502	8,925	9,679	9,275
การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน	55,915	59,785	62,852	64,069	64,418	63,998
โรงแรมและภัตตาคาร	30,103	37,821	44,163	47,583	58,688	62,111
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	2,656	3,496	4,082	4,197	4,476	4,204

ตารางที่ 2.1 สินเชื่อแยกตามวัตถุประสงค์ในภาคใต้ (ต่อ)

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทสินเชื่อ	2547	2548	2549	2550	2551	2552
ตัวกลางทางการเงิน	2,740	4,105	5,131	5,910	6,911	5,530
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และ บริการทางธุรกิจ	13,901	14,951	15,806	17,503	20,754	19,707
การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ	16	68	79	192	347	515
การศึกษา	849	978	998	943	933	1,214
บริการด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	1,276	1,322	1,434	1,734	1,505	1,626
การให้บริการชุมชน สังคม และบริการส่วน บุคคลอื่นๆ	1,446	2,140	2,463	2,808	3,186	3,063
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	1,170	776	581	19	1	1
องค์การระหว่างประเทศ และองค์การ ต่างประเทศอื่นๆ และสมาชิก	6	8	10	7	2	0
การบริโภคส่วนบุคคล	45,927	69,356	98,116	130,491	150,053	159,455
รวม	206,645	256,565	303,348	350,022	369,315	385,284

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553ก

จากข้อมูลในตารางที่ 2.1 การให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์
ในภาคใต้มีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลปี 2547 ธนาคารพาณิชย์ให้สินเชื่อการ
บริโภคส่วนบุคคล จำนวน 45,927 ล้านบาท ต่อมาในปี 2548 มีจำนวน 69,356 ล้านบาท เพิ่มขึ้น
ร้อยละ 51.0 ปี 2549 มีจำนวน 98,116 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.0 ปี 2550 มีจำนวน 130,491
ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.0 ปี 2551 มีจำนวน 150,053 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.0 และในปี
2552 มีจำนวน 159,455 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 41.4 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 จากปีก่อนหน้า

ตารางที่ 2.2 สินเชื่อแยกตามวัตถุประสงค์ในจังหวัดตรัง

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทสินเชื่อ	2547	2548	2549	2550	2551	2552
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และป่าไม้	538	648	419	506	540	484
ประมง	495	455	424	468	297	285
การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน	5	13	31	27	13	20
อุตสาหกรรม (การผลิต)	2,259	2,946	2,396	3,933	2,930	3,060

ตารางที่ 2.2 สินเชื่อแยกตามวัตถุประสงค์ในจังหวัดตรัง (ต่อ)

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทสินเชื่อ	2547	2548	2549	2550	2551	2552
ไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	0	0	2	1	2	0
การก่อสร้าง	525	467	477	464	521	416
การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน	3,111	3,191	3,945	3,309	3,241	3,529
โรงแรมและภัตตาคาร	455	822	834	689	544	398
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	39	78	120	147	141	158
ตัวกลางทางการเงิน	256	598	865	654	771	176
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และบริการทางธุรกิจ	388	345	278	294	243	229
การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ	0	0	1	74	73	89
การศึกษา	22	21	7	9	18	6
บริการด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	141	101	102	115	116	240
การให้บริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	52	68	49	49	58	64
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	32	29	17	1	0	1
องค์การระหว่างประเทศ และองค์การต่างประเทศอื่นๆ และสมาชิก	0	0	0	0	0	0
การบริโภคส่วนบุคคล	2,205	2,504	3,085	3,566	4,087	5,753
รวม	10,523	12,286	13,052	14,306	13,595	14,908

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553ข

ความต้องการสินเชื่อภาคธุรกิจทุกประเภทเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนและใกล้เคียงกับที่คาดการณ์ไว้ ความต้องการสินเชื่อของธุรกิจขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยเพิ่มจากการปรับตัวดีขึ้นของภาคการผลิตตามคำสั่งซื้อทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งอุตสาหกรรมบริการทั้งโรงแรมและภัตตาคาร สอดคล้องกับสัญญาณการฟื้นตัวที่ชัดเจนของการบริโภคภาคเอกชน โดยเฉพาะการบริโภคสินค้าคงทน (Durable goods) และการขับเคลื่อนของการลงทุนภาคเอกชนที่เริ่มขยายตัว แม้จะยังอยู่ในระดับต่ำ ผลสะท้อนจาก

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของความต้องการเงินทุนหมุนเวียน (Working capital) และความต้องการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Fixed investment) ของภาคธุรกิจที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ลดลงในไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 นอกจากนี้บางส่วนของความต้องการสินเชื่อของธุรกิจมาจากการปรับโครงสร้างหนี้ (Refinance) มาตรฐานการให้สินเชื่อแก่ภาคธุรกิจโดยรวมของสถาบันการเงินในไตรมาสที่ 4 ของปี 2552 ทรงตัวต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนสอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้ โดยสถาบันการเงินยังมีความกังวลต่อปัจจัยเสี่ยงต่อความยั่งยืนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ สภาพอุตสาหกรรมและคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน ไทยทั้งจากความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ความต่อเนื่องและประสิทธิภาพของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐ แรงกดดันด้านต้นทุนการผลิตทั้งราคาวัตถุดิบและน้ำมัน ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง และความชัดเจนในการแก้ไขปัญหาภัยพิบัติของรัฐบาล

แนวโน้มภาวะสินเชื่อภาคธุรกิจในไตรมาสที่ 1 ของปี 2553 สถาบันการเงินคาดว่าความต้องการสินเชื่อภาคธุรกิจโดยรวมจะเพิ่มขึ้นตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ผลของมาตรการกระตุ้นของรัฐที่จะเชื่อมโยงให้เกิดแรงขับเคลื่อนการลงทุนในระยะต่อไป รวมทั้งการปรับตัวดีขึ้นของภาคธุรกิจและผู้บริโภค ส่วนมาตรฐานการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินคาดว่าจะทรงตัวใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน จากความกังวลต่อปัจจัยเสี่ยงต่อความยั่งยืนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินเชื่อ ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง และความชัดเจนในการแก้ไขปัญหาวิกฤตมาตพุดของรัฐบาล

ในส่วนสินเชื่อที่ให้แก่ภาคครัวเรือนในไตรมาสที่ 4 ของปี 2552 ความต้องการสินเชื่อภาคครัวเรือนประเภทสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนสอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้ โดยเป็นผลจากแนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง ตามความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ของภาครัฐ โดยเฉพาะมาตรการลดหย่อนภาษีรายได้สำหรับผู้ซื้อบ้านหลังแรกในปี 2552 อัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ และการแข่งขันการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินต่างๆ โดยใช้นโยบายส่งเสริมการตลาดทั้งข้อเสนอของเงื่อนไขการกู้ยืมที่จูงใจและความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ทั้งนี้ ความต้องการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยบางส่วนเป็นการซื้อเพื่อการลงทุน จากแรงจูงใจด้านผลตอบแทนจากการลงทุนในที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดที่แม้จะมีความเสี่ยงแต่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ย

ความต้องการสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อครัวเรือนอื่นๆ ลดลงเล็กน้อยต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ในไตรมาสก่อน เป็นผลจากการแข่งขันที่สูงขึ้นของสถาบันการเงินด้วยกัน การใช้เงินออมของภาคครัวเรือนแทนการกู้ยืม รวมทั้งปัจจัยอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อประเภทนี้ที่อยู่ในระดับสูง โดยการใช้จ่ายส่วนใหญ่เพื่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าจำเป็น เช่น อาหาร ค่า

รักษาพยาบาล และน้ำมันรถ เป็นต้น มาตรฐานการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในไตรมาสที่ 4 ของปี 2552 ผ่อนคลายต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน ตามการแข่งขันที่สูงขึ้น อาทิ การเพิ่มวงเงินกู้สูงสุด (Loan-to-value ratio: LTV) การยกเว้นค่าธรรมเนียมอื่นๆที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย และนโยบายเร่งให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยภายใต้โครงการสินเชื่อ Fast Track ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ส่วนมาตรฐานการให้สินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อครัวเรือนอื่นๆ เข้มงวดขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อน สำหรับการให้สินเชื่อบัตรเครดิต ผ่อนคลายลงบ้างเล็กน้อย แนวโน้มภาวะสินเชื่อภาคครัวเรือนในไตรมาสที่ 1 ของปี 2553 สถาบันการเงินคาดว่าความต้องการสินเชื่อภาคครัวเรือนประเภทสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและสินเชื่อบัตรเครดิตจะขยายตัวต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหน้าจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่เริ่มชัดเจนขึ้น ส่วนความต้องการสินเชื่อครัวเรือนอื่นๆ คาดว่าจะทรงตัวต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน สำหรับมาตรฐานการให้สินเชื่อครัวเรือนประเภทเพื่อที่อยู่อาศัยและสินเชื่อครัวเรือนอื่นๆ คาดว่าจะทรงตัวใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน ในขณะที่มาตรฐานการให้สินเชื่อบัตรเครดิตคาดว่าจะผ่อนคลายเล็กน้อย จากการแข่งขันที่สูงขึ้น และเงื่อนไข Loan to Income ratio (LTI) ที่ผ่อนคลายเป็นสำคัญ

2.1.2 ภาระหนี้สินของครัวเรือนในจังหวัดตรัง

จากการสำรวจภาระหนี้สินตามโครงการสำรวจภาวะสังคมและเศรษฐกิจของครัวเรือนในจังหวัดตรัง ในปี 2550 โดยสำนักงานสถิติ จังหวัดตรัง ภาระหนี้สินของครัวเรือนในจังหวัดตรัง 172,400 ครัวเรือน ในแต่ละลักษณะอาชีพ ภาระหนี้สินเฉลี่ยรวมของครัวเรือน เท่ากับ 178,839 บาท แบ่งเป็นภาระหนี้สินเฉลี่ยในระบบ 168,745 บาท และนอกระบบ 10,094 บาท โดยลักษณะอาชีพลูกจ้างมีภาระหนี้สินเฉลี่ยครัวเรือนมากที่สุด เท่ากับ 954,453 บาท (ตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3 จำนวนหนี้สินต่อครัวเรือนของจังหวัดตรัง

ลักษณะอาชีพ	จำนวนครัวเรือน ที่สำรวจ (หน่วย : แส่น)	ภาระหนี้สิน เฉลี่ยในระบบ (หน่วย : บาท)	ภาระหนี้สิน เฉลี่ยนอกระบบ (หน่วย : บาท)	รวมภาระหนี้สิน เฉลี่ยครัวเรือน (หน่วย : บาท)
การเกษตร/เพาะเลี้ยง	0.503	213,875	14,112	227,987
ผู้ดำเนินธุรกิจตนเอง	0.378	180,157	14,998	195,155
ลูกจ้าง	0.749	924,402	30,051	954,453
ผู้ไม่ได้ปฏิบัติงานเชิงเศรษฐกิจ	0.093	79,918	1,631	81,549
รวม	1.724	168,745	10,094	178,839

ที่มา : สำนักงานสถิติ จังหวัดตรัง, 2550

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดในการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน

พิเชก ชัยนิรันดร์ (2544) ได้ศึกษาประเภทของสินเชื่อโดยแบ่งเป็นสินเชื่อที่สามารถจำแนกออกเป็น 4 ลักษณะ คือ จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้สินเชื่อ จำแนกตามลักษณะการชำระคืน จำแนกตามระยะเวลา และจำแนกตามหลักประกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้สินเชื่อ ประกอบด้วยสินเชื่อ 3 ชนิด คือ

1.1) สินเชื่อรัฐบาลหรือสินเชื่อสาธารณะ (Public Credit) เช่น การสร้างถนน โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น ซึ่งอยู่ในรูปของพันธบัตร ตั๋วเงินคลัง และการกู้ยืมของรัฐบาล

1.2) สินเชื่อเพื่อการบริโภค (Consumer Credit) เป็นสินเชื่อที่ผู้บริโภคเป็นผู้ใช้ เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรต่างๆที่นำมาบริโภค เช่น สินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อซื้อยานพาหนะ สินเชื่อเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และสินเชื่อเพื่อชำระหนี้สินเนื่องมาจากการบริโภค

1.3) สินเชื่อเพื่อธุรกิจ (Business Credit) เป็นสินเชื่อที่ทำให้ธุรกิจเกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน เช่น สินเชื่อเพื่อการค้า เป็นต้น

2) จำแนกตามลักษณะของการชำระคืน สามารถทำได้ 2 วิธี คือ

2.1) สินเชื่อชำระคืนครั้งเดียว (Single Payment Credit) เป็นสินเชื่อที่มีการชำระหนี้คืนเพียงครั้งเดียวเต็มจำนวน

2.2) สินเชื่อผ่อนส่ง (Installment Credit) เป็นสินเชื่อที่มีการชำระหนี้เป็นงวดๆ โดยอาจมีการวางมัดจำส่วนหนึ่งก่อน เช่น การผ่อนส่งบ้าน เป็นต้น

3) จำแนกตามระยะเวลา สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

3.1) สินเชื่อประเภทเพื่อเรียก (Call Credit) เป็นสินเชื่อที่ต้องชำระคืนทันทีที่ฝ่ายผู้ให้สินเชื่อเรียกร้องให้ชำระ

3.2) สินเชื่อระยะสั้น (Short Term Credit) เป็นสินเชื่อที่ต้องชำระคืนภายใน 1 ปี

3.3) สินเชื่อระยะปานกลาง (Intermediate Term Credit) เป็นสินเชื่อที่ต้องชำระคืนตั้งแต่ 1 ปี ถึง 3 ปี หรือ 5 ปี แล้วแต่ตกลงกัน

3.4) สินเชื่อระยะยาว (Long Term Credit) เป็นสินเชื่อที่กำหนดระยะเวลาคืน ตั้งแต่ 3 ปี หรือ 5 ปีขึ้นไป

4) จำแนกตามหลักประกัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

4.1) สินเชื่อที่มีหลักประกัน (Secured Credit) เป็นสินเชื่อที่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน

4.2) สินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน (Unsecured Credit) เป็นสินเชื่อที่ไม่ต้องมีหลักประกันหรือบุคคลค้ำประกัน

แนวคิดการให้สินเชื่อต่างๆ มีบทบาทเกี่ยวข้องทั้งทางด้านเศรษฐศาสตร์ สังคมและธุรกิจ ดังนี้

1) บทบาทของสินเชื่อในด้านเศรษฐศาสตร์ ด้วยเหตุที่สินเชื่อถือเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเช่นเดียวกับเงิน ในแง่ของทางเศรษฐศาสตร์ ถือว่า เป็นการเพิ่ม Supply ของเงิน ในระบบเศรษฐกิจ หากเพิ่มขึ้นพอเหมาะพอควรกับ Demand ของตลาด ก็เป็นเรื่องที่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ แต่หากมี Supply มากเกินไป จะส่งผลให้เกิดเงินเฟ้อขึ้นได้ และหากไม่มีการควบคุมในเรื่องของสินเชื่อให้ดี ๆ เงินเฟ้อจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นสินเชื่อจึงมีบทบาทในทางเศรษฐศาสตร์พอสมควรทางรัฐบาลเอง ก็จะต้องทราบว่า ในภาวะเศรษฐกิจช่วงใดที่ควรจะมีมาตรการในการส่งเสริมให้มีการใช้ หรือลดการใช้สินเชื่อ

2) บทบาทของสินเชื่อในด้านสังคม ในสังคมของเราแทบจะไม่พ้นเรื่องของสินเชื่อไปได้เลยทั้งนี้สินเชื่อถือเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนที่ไม่แตกต่างจากเงินสดแล้ว อีกทั้งพัฒนาการของสินเชื่อเพื่อการบริโภคในรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย แต่เดิมเราอาจซื้อสินค้าอะไรสักอย่างเป็นเงินสด แต่เมื่อพิจารณาในส่วนของคุณทุนทางการเงินแล้ว จะเห็นว่า การให้สินเชื่อจะทำให้ต้นทุนทางการเงินลดลงหรือไม่ก็เป็นการยืดเวลาในการชำระหนี้ของเราออกไป อย่างกรณีการใช้บัตรเครดิต หรือสินเชื่อเพื่อบ้านที่อยู่อาศัย เป็นต้น

3) บทบาทของสินเชื่อในด้านธุรกิจหากอาศัยเฉพาะเงินส่วนตัวในการขยายงานเท่านั้น คงเป็นเรื่องที่ลำบากในการดำเนินงาน เพราะนอกจากจะต้องใช้เงินของตัวเองเต็มที่แล้ว ต้นทุนทางการเงินจะสูง อีกทั้งหากเงินทุนมีไม่มากพอ ย่อมจะเป็นอุปสรรคในการขยายกิจการออกไปในอนาคต แต่ก่อนอาจมองว่าสินเชื่อเป็นเรื่องของกิจการขนาดใหญ่ เพราะธนาคารแทบจะไม่ปล่อยสินเชื่อกับผู้ค้ารายย่อย และขนาดกลาง แต่ในปัจจุบันเป็นเช่นนั้นไม่ เนื่องจากธนาคารได้มีการปล่อยสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ที่เรียกว่า SMEs (Small and Medium Enterprises) นอกจากนี้ธนาคารยังให้การสนับสนุนแก่พ่อค้า แม่ค้า รายย่อย ที่แต่เดิมต้องอาศัยเงินทุนจากการกู้ยืมในระบบ ซึ่งมีต้นทุนที่ค่อนข้างสูง หันมากู้ในระบบทำให้ต้นทุนทางการเงินลดต่ำลง

2.2.2 หลักการวิเคราะห์สินเชื่อ

1) แนวคิดหลักการวิเคราะห์ 5 P's Credit

ชรินทร์ พิทยาวิวิธ (2550) ได้ศึกษาหลักการวิเคราะห์ 5 P's Credit ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

หลัก 5 P's Credit ประกอบด้วย

1.1) People หมายถึงการพิจารณาประวัติและประสบการณ์ทั่วไปของผู้ขอกู้ เช่น ข้อมูลทั่วไปของผู้กู้ พฤติกรรมในการใช้เงินซึ่งสามารถดูได้จากรายการทางบัญชีธนาคารระยะเวลาและขนาดของธุรกิจ

1.2) Purposes หมายถึง การพิจารณาวัตถุประสงค์ในการขอกู้ยืม เช่น เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อขยายธุรกิจ

1.3) Payment หมายถึง การชำระคืนของผู้กู้ การที่ลูกหนี้จะสามารถชำระหนี้คืนให้แก่เจ้าหนี้ได้ ความสามารถในการหารายได้หรือการทำกำไรเป็นจุดสำคัญที่จะพิจารณาให้เกิดความเสี่ยงการปล่อยกู้ให้น้อยที่สุด โดยต้องพิจารณาแหล่งที่มาของรายได้ ความสามารถในการชำระคืน เป็นต้น

1.4) Protection หมายถึง หลักประกันการป้องกันความเสี่ยงโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติส่วนตัวของผู้กู้ยืม ผู้บริหาร ฐานะทางเครดิต และหลักประกันหรือคุณภาพของสินทรัพย์ซึ่งจะเป็นตัวผ่อนคลายความเสี่ยง

1.5) Prospective หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าของกิจการ เป็นการพิจารณาผลการดำเนินงานของกิจการที่ขอสินเชื่อ ซึ่งต้องมีความสัมพันธ์กับสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้นด้วย

2) หลักการวิเคราะห์ 5 C's Credit

ชรินทร์ พิทยาวิวิธ (2550) ได้ศึกษาหลักการวิเคราะห์ 5 C's Credit ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

หลัก 5 C's Credit ประกอบด้วย

2.1) Character การดูลักษณะของผู้กู้เป็นการพิจารณาทางด้านคุณภาพจิตใจ และพฤติกรรมของผู้ขอกู้ เช่น ความซื่อสัตย์ ความมั่นคง อุปนิสัย ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจในการชำระหนี้ โดยการสัมภาษณ์ผู้ขอกู้เอง สอบถามจากภายนอก คุณนโยบายทางการเงิน รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมของผู้ขอกู้

2.2) Capacity ความสามารถในการชำระหนี้ โดยพิจารณาจากรายได้ประจำความสามารถในการหารายได้ หนี้สินที่มีอยู่ และรูปแบบการใช้จ่าย ซึ่งอาจใช้การประเมิน Projection Cash Flow การวิเคราะห์งบการเงินของผู้ขอกู้ และวิเคราะห์ภาระหนี้สินกับสถาบันการเงินอื่น หรือบุคคลภายนอก

2.3) Capital ทรัพยากรทางการเงินของผู้ซื้อ ซึ่งหมายถึงฐานะความมั่นคงทางการเงินของบุคคลหรือธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยมูลค่าของทรัพย์สินทั้งหมดหักด้วยหนี้สินต่างๆ จะได้เงินทุนของบุคคลหรือธุรกิจนั้น รวมทั้งเงินทุนสะสมไว้เพื่อขยายกิจการ การวัดความสามารถในการชำระหนี้และอัตราความเสี่ยงต่อหนี้สูญได้ สัดส่วนระหว่าง Capital กับภาวะการกู้ยืมควรมี อัตราที่เหมาะสมตามสภาพธุรกิจ

2.4) Collateral ทรัพย์สินที่ผู้ซื้อนำมาเป็นหลักประกันในการชำระหนี้ในอนาคต และป้องกันความเสี่ยงจากหนี้สูญได้ ซึ่งจะพิจารณาได้จาก สภาพคล่องของหลักประกัน มูลค่าและแนวโน้มในอนาคตของหลักประกันซึ่งต้องมีความคุ้มค่าต่อภาระหนี้ที่ผู้ซื้อเสนอ

2.5) Conditions เงื่อนไขต่างๆ ที่จะมีผลทำให้ฐานของผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงไป โดยพิจารณาจาก สภาพทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ด้านการเมือง นโยบายของรัฐ เงื่อนไขในธุรกิจ เช่น ภาวะการแข่งขัน และเงื่อนไขเกี่ยวกับความรู้และความชำนาญของผู้ซื้อ

2.2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

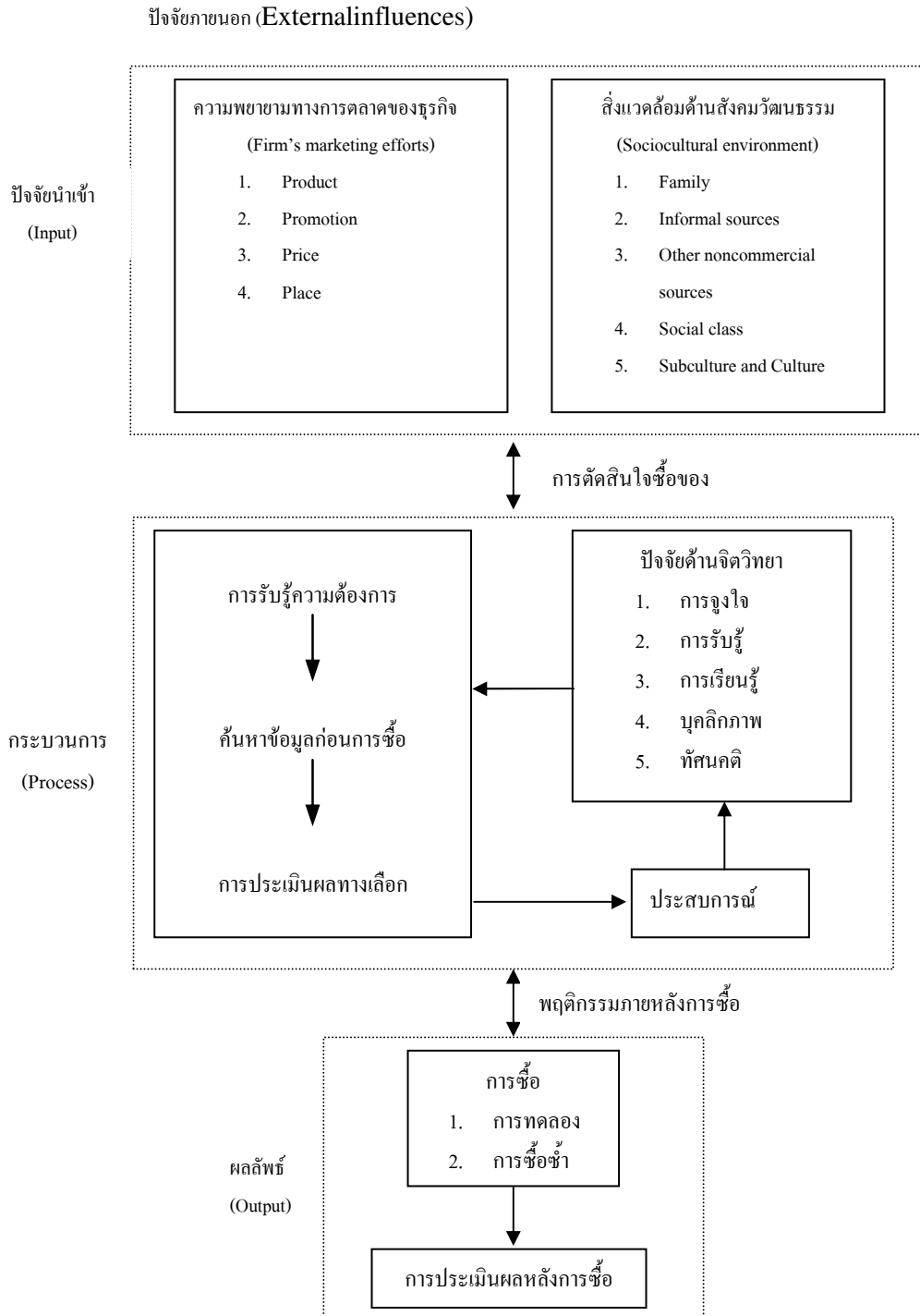
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยนำเสนอเป็นโมเดลการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งจะรวมหลายความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีส่วนที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ปัจจัยการนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ (ภาพที่ 2.1) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ส่วนของปัจจัยนำเข้า (Input) เกิดจากปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมีผลต่อค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ส่วนสำคัญของปัจจัยนำเข้าคือ กิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดซึ่งพยายามที่จะติดต่อถึงผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคที่มีศักยภาพ และอีกส่วนหนึ่งมาจากสิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งได้แก่ ครอบครัว ชนชั้นสังคม วัฒนธรรมต่างๆ แหล่งข้อมูลของผู้บริโภค

2) กระบวนการ (Process) หรือกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making Process) ส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับวิธีการหรือขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซึ่งต้องพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่งหมายถึงปัจจัยภายในประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในกระบวนการนี้จะประกอบด้วย

2.1) การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ระดับความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้และยอมรับต่อการสร้างความเสี่ยงคือปัจจัยซึ่งมีผลต่อกลยุทธ์การซื้อ ซึ่งระดับการรับรู้แต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน และการจัดการกับความเสี่ยงก็แตกต่างกัน เช่น การค้นหาข้อมูลจากแหล่งสื่อต่างๆ การซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง การซื้อสินค้าที่มีราคาแพง เป็นต้น

2.2) ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภค คือสถานการณ์การตัดสินใจของผู้บริโภค
 ได้รับความรู้จากระดับการค้นหาข้อมูล ซึ่งมีความแตกต่างกันที่ผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคแต่ละบุคคล
 เช่นเดียวกัน



ภาพที่ 2.1: โมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538

2.3) ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การรับรู้ถึงความต้องการ ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการรับรู้ที่แตกต่างกัน
 - 2) การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ เช่น ใช้ประสบการณ์ในอดีต จากสื่อโฆษณา
 - 3) การประเมินผลทางเลือก เมื่อรับรู้ความต้องการและค้นหาข้อมูลแล้ว ก็จะ
- เป็นขั้นตอนของการตัดสินใจจากการประเมินผลทางเลือกต่างๆ

2.2.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอนั้นจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ รวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เป็นต้น

3) สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์การไปยังตลาด เช่น ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร ความสวยงาม และความสะอาดของสถานที่ สถานที่จอดรถ เป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อสินค้า เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี และพฤติกรรมซื้อเครื่องมือที่สำคัญ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การให้พนักงานออกไปแนะนำด้านการบริการ เป็นต้น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิกร สิมะสถิตย์ชัย (2540) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบทฤษฎีอุปสงค์ของเครดิตใหม่นั้นคือปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งได้แก่ ระดับราคาสินค้า รายได้ อัตราดอกเบี้ย ต้นทุนของการออกหุ้นและงบประมาณขาดดุลของรัฐบาล ตลอดจนภาวะเงินเฟ้อ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดความต้องการสินเชื่อ โดยการศึกษาใช้ข้อมูลปริมาณสินเชื่ออุปโภคบริโภคของธนาคารพาณิชย์เป็นตัววัดความต้องการสินเชื่อ ส่วนปัจจัยทางเศรษฐกิจใช้ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงใหม่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี ดัชนีราคาผู้บริโภค และงบประมาณรายจ่ายจังหวัด

เชียงใหม่ เป็นตัวแทนตามปัจจัยทฤษฎีข้างต้น ประกอบกับข้อมูลจากการสอบถามผู้บริหารธนาคารพาณิชย์และลูกค้าที่ใช้บริการเป็นส่วนประกอบ

ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบที่มวลรวมจังหวัดเชียงใหม่ ดัชนีราคาผู้บริโภค และงบประมาณรายจ่าย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณที่ธนาคารพาณิชย์ให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคกับลูกค้า ส่วนผลจากการสอบถามผู้บริหารธนาคารพาณิชย์พบว่า ธนาคารฯ จะให้สินเชื่อลูกค้าที่ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากกว่าผู้เป็นเจ้าของกิจการและรับจ้าง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รองลงมาคือสินเชื่อเพื่อการเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ ทางด้านปัญหาของสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค พบว่ากลุ่มข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ มีปัญหาในการชำระหนี้คืนมากที่สุด โดยเฉพาะสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และพบปัญหาในการซื้อที่อยู่อาศัยในการเก็งกำไรมากกว่าซื้ออยู่อาศัย นอกจากนั้นในส่วนของหลักเกณฑ์ที่ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ใช้ในการให้สินเชื่อ โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้านรายได้หลักประกันและวัตถุประสงค์ในการขอกู้ เป็นหลัก รองลงมาเป็น คุณสมบัติในเรื่อง อายุผู้กู้ อาชีพ วงเงิน ระยะเวลาผ่อนชำระ และจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการปฏิเสธการให้สินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ และปัญหาที่พบมากที่สุดในการใช้บริการ คือหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการให้สินเชื่อมีความเข้มงวดมากเกินไป และเจ้าหน้าที่ธนาคารไม่ให้ความสนใจต่อลูกค้ารายย่อยเท่าที่ควร

จินตนา มั่นคงพูนสวัสดิ์ (2544) ได้ศึกษาสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์กับการลงทุนและการบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และศึกษาผลจากการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อการลงทุน และการบริโภค ศึกษาเฉพาะการให้สินเชื่อกับภาคเอกชนของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ระหว่างปี 2520-2542 โดยศึกษาและคาดคะเนตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลต่อการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ ที่แสดงถึงตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการใช้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ โดยศึกษาเฉพาะสินเชื่อรวมที่ให้แก่ภาคเศรษฐกิจ รวมทั้งศึกษาและคาดคะเนผลการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อการลงทุนและการบริโภคในประเทศไทย ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาระหว่าง ปี 2520-2542 โดยใช้ข้อมูลสินเชื่อรวมของธนาคารพาณิชย์ ปริมาณเงินฝากรวมของธนาคารพาณิชย์ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเฉลี่ย 12 เดือน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MOR% ปริมาณการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ ปริมาณการกู้ยืมจากธนาคารกลาง ปริมาณการลงทุนและการบริโภคภาคเอกชน ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่แท้จริง และข้อมูลอัตราเงินเฟ้อจากวารสารรายงานเศรษฐกิจรายเดือนของธนาคารแห่งประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ได้แก่ ปริมาณเงินฝากรวม ผลต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยเงินฝากกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปริมาณการกู้ยืมจากต่างประเทศ และตัวแปรเกี่ยวกับนโยบายการให้สินเชื่อ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคาร โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ปริมาณเงินฝากรวม รองลงมาได้แก่ ปริมาณการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ ตัวแปรดัมมี่ และผลต่างของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากกับดอกเบี้ยเงินกู้ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ผลการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อการลงทุนและการบริโภคภาคเอกชนนั้น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนและการบริโภคมากที่สุด คือ ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ รองลงมาได้แก่ ผลต่างของปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในปีปัจจุบันกับปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในปีที่ผ่านมา อัตราเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่แท้จริงตามลำดับ

รุ่งนภา รุ่งอนันต์ตระกูล (2546) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ตลอดจนข้อคิดเห็นและปัญหาในการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ใช้การสุ่มแบบ Quota Sampling จากกลุ่มประชากรในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ 4 อาชีพ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานธนาคาร และกิจการส่วนตัว อาชีพละ 80 ราย รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 323 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานะภาพการสมรส มีอายุมากกว่า 36 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน ในส่วนของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือจำนวนเงินกู้ที่ได้รับและปัจจัยทางด้านหลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นอันดับสุดท้าย

สำหรับปัญหาในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพบปัญหาเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยที่สูงเกินไปมากที่สุด รองลงมาคือปัญหาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของธนาคารที่เข้มงวดเกินไป และปัญหาเกี่ยวกับวงเงินกู้ที่ได้รับน้อยเกินไป โดยผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่สูงเกินไปให้ธนาคารยืดหยุ่นอัตราดอกเบี้ยให้มีอัตราที่ลดลง ในส่วนของวงเงินกู้ที่ได้รับน้อยเกินไปเนื่องจากธนาคารได้พิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ หากต้องการให้มีวงเงินที่สูงขึ้น ควรเพิ่มความสามารถในการผ่อนชำระโดยให้มีผู้อื่นมาคู่ร่วมกัน และทำการเดินบัญชีของธนาคารพาณิชย์อย่างน้อย 3 เดือน เพื่อให้ธนาคารสามารถพิสูจน์แหล่งที่มารายได้ และความสม่ำเสมอของรายได้ จะทำให้โอกาสในการขอสินเชื่อมีมากขึ้น

คณิตา รัชตเศรษฐกุล (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษา สาขาภาคใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการรับบริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาภาคใหญ่ ในด้านสินเชื่อธนาคาร ด้านกระบวนการปฏิบัติงานของธนาคาร และด้านพนักงานธนาคาร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าของธนาคาร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายและแบบบังเอิญ ได้ตัวอย่างทั้งหมด 280 ราย เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบแยกชั้นซึ่งมีการแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสินเชื่อประเภทเงินกู้เบิกเงินบัญชีประเภทเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย เงินกู้กรุงไทยธนวิทย์ และตัวสัญญาใช้เงิน จากนั้นแบ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวที่สุ่มได้ออกเป็น 2 กลุ่ม ตามวิธีการชำระเงินของลูกค้า คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการหักบัญชีผ่านธนาคารโดยอัตโนมัติ และกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการชำระเงินด้วยตนเอง ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงวิเคราะห์ ค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าสถิติ T-test และทดสอบสถิติ F-test

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านสินเชื่อของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 จากระดับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากับ 5 โดยประเด็นที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ การมีบริการสินเชื่อหลายประเภทสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ และเงื่อนไขและข้อปฏิบัติการผ่อนชำระคืนสามารถปฏิบัติตามได้ง่าย ส่วนประเด็นในด้านกระบวนการปฏิบัติงานของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 สำหรับประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ลักษณะโดยรวมของธนาคาร มีอุปกรณ์สำนักงานสมัยใหม่ ทำให้บริการได้สะดวกรวดเร็ว และเอกสารมีความชัดเจนหรือง่ายต่อการกรอกข้อมูล โดยผู้วิจัยคาดว่าที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในภาพรวมของธนาคาร เกิดจากการที่ธนาคารได้ดำเนินการรักษาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับอาคารเป็นอาคารที่สร้างใหม่จึงค่อนข้างสวยงาม กว้างขวางและสะดวก ส่วนประเด็นที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับต่ำสุด คือการจัดเตรียมเอกสารประกอบการกู้ยืมมีมากและค่อนข้างยุ่งยาก ส่วนในประเด็นที่ศึกษาในด้านบริการของพนักงานธนาคาร พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในประเด็นที่พนักงานมีความซื่อสัตย์ไม่เรียกร้องค่าตอบแทน ประกอบกับบุคลิกภาพ การแต่งกายและมีกิริยามารยาทที่เหมาะสมน่าเชื่อถือ อีกทั้งพนักงานยังสามารถอธิบายและให้คำแนะนำบริการเงินกู้ต่างๆ แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจนและกระตือรือร้นในการให้บริการ

ด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของลูกค้า ด้านสินเชื่อของธนาคาร เสนอแนะให้ธนาคารลดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม เพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยยังสูงกว่าแหล่งเงินกู้อื่น และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราที่สูง ซึ่งเป็นประเด็นที่ลูกค้าให้ความสนใจมาก ส่วนกระบวนการในการปฏิบัติงานนั้น พบปัญหาในส่วนของขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซับซ้อน และ

ระยะเวลาการอนุมัติล่าช้า ข้อเสนอแนะของลูกค้านำความต้องการให้ลดปริมาณเอกสารประกอบการกู้ยืม ส่วนในด้านพนักงานธนาคาร กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้เพิ่มจำนวนพนักงานในการให้บริการ และปรับปรุงให้เข้มแข็งทักทายกับผู้ใช้บริการธนาคารให้มากขึ้น

ทิพวรรณ ช่างนาหวา (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 300 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4,000 – 10,000 บาท/เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สินเชื่อเพื่อเพิ่มอำนาจในการใช้สอย โดยระบุว่าไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการที่ต้องการ และเพื่อความคล่องตัวทางการเงิน เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล คือการได้รับเงินสด โดยผู้ที่มีผลในการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล ได้แก่ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง และได้รับผลบางส่วนจากการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะสมัครขอสินเชื่อบุคคลด้วยตนเอง ณ สำนักงานของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในส่วนของขั้นตอนในการตัดสินใจใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะรับรู้ปัญหาที่ต่อเมื่อมีความต้องการสินค้าแต่ไม่มีเงินสด โดยรับข่าวสารทางด้านสินเชื่อจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ แผ่นพับ และเพื่อนแนะนำ ในส่วนของประเภทข้อมูลที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ รายละเอียดดอกเบี้ย โดยการพิจารณาใช้สินเชื่อบุคคลจะพิจารณาจากสถาบันที่มีเงื่อนไขไม่ยุ่งยาก ส่วนบริษัทที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการโดยใช้เหตุผลว่า สะดวก และบริการได้รวดเร็วกว่าธนาคารพาณิชย์

พรรณทิพย์ จำปาเทศ (2549) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาวังน้ำเย็น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ และเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาวังน้ำเย็น ตามประเภทผู้มาใช้บริการสินเชื่อในการศึกษานี้กลุ่มตัวอย่างได้จากประชาชนที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทธนาคาร ประชาชน และสินเชื่อประเภทซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ธนาคารออมสิน สาขาวังน้ำเย็น จำนวน 324 คน โดยใช้ สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) และกำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 วิธีสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยสุ่มจากผู้มาใช้บริการทุกคนที่ 5 ของแต่ละประเภทสินเชื่อของเดือน สิงหาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2549 ในช่วงเวลา 08.30 – 11.30 น และ 12 –16.30 น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที แล้วรายงานผลการศึกษาโดยวิธีบรรยายความเชิงพรรณนา

จากผลการวิจัยพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อกองธนาคารออมสินสาขาวังน้ำเย็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง เป็นเพราะธนาคารออมสิน สาขาวังน้ำเย็น คำนึงถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นคุณลักษณะเฉพาะของการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่มี เกณฑ์หรือระดับการพิจารณาที่แตกต่างกัน โดยเป้าหมายของคุณภาพการบริการก็คือ การตอบสนองความพึงพอใจและเพิ่มพูนความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าตามความต้องการของลูกค้า จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ธนาคารจึงมอบบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อบริการด้านสินเชื่อกองธนาคารออมสิน สาขาวังน้ำเย็น ในระดับสูง เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่มีคุณภาพสูงสุด คือ ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านที่มีระดับคุณภาพบริการต่ำสุดคือด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับสูง ในส่วนของการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อกองธนาคารออมสินสาขาวังน้ำเย็นโดยภาพรวม และด้านเข้าถึงลูกค้า ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความสะดวกในการบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าและด้านความปลอดภัย มีระดับคุณภาพบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามประเภทสินเชื่อ แต่ด้านการมีความรู้ความชำนาญ และด้านการมีน้ำใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชาญชัย ปานนาค (2550) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน และเพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนตามปัจจัยส่วนบุคคล และศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยโดยเก็บตัวอย่างประชากรจากผู้มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของ ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการศิริราช และบางแค จำนวน 15 สาขา จำนวน 15,083 คน ดำรงโดยวิธีคำนวณตามสูตรของทาโร ยามาเน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 โดยใช้ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยสุ่มจากผู้มาใช้บริการทุก ๆ คนที่ 5 ที่เข้ามาชำระคืนเงินกู้สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ในเวลาราชการ ตั้งแต่เวลา 8.30 น. – 15.30 น. จนครบจำนวนได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โดยภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การรับประกัน ความเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับสูง ในส่วนการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ

สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน จากการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โดยภาพรวมและด้านความ เชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การรับประกัน ความเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับสูง อาจเป็นเพราะว่า ธนาคารได้มีการปรับปรุงการให้บริการในรูปแบบใหม่ เพื่อให้ทัดเทียม มาตรฐานของธนาคารอื่น ไม่ว่าจะเป็นการจัดสถานที่ภายในสำนักงาน รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน ช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วต่อการมาใช้บริการของประชาชน สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่น ได้ และเมื่อเปรียบเทียบตามศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการพบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและ บริการศิริราช ให้ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการสูงกว่าผู้บริการศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและ บริการบางแค ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ระดับ ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการรับประกัน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า และด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ผู้บริการที่มีอายุต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า พนักงานให้ความเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษตั้งแต่เริ่มเข้ามาใช้บริการ โดยการแนะนำ ข้อมูลพร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ จนถึงสิ้นสุดขั้นตอนการ เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพการสมรสของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้บริการที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่า ให้ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยภาพรวมและด้านความ เชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการรับประกัน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าและด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ผู้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนน้อย การให้บริการจึง ทัวถึง และมีความเชื่อมั่นในการรับประกันของธนาคาร

มณูญ แสงผดุง (2550) ได้ศึกษาปัญหา และกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อบุคคล ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหา เกณฑ์การกำหนดคุณสมบัติที่เหมาะสมในการทำตลาด ค้นหาปัจจัยสำคัญและแรงจูงใจให้พนักงานสาขาขายผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลรายย่อย กรุงศรี Smile Cash เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดสินเชื่อบุคคลให้ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่รายได้จากดอกเบี้ยรับและผลกำไรของธนาคาร โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารในฝ่ายงานสินเชื่อบุคคลรายย่อย และสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินเชื่อ Smile Cash และสอบถามความคิดเห็นของพนักงานธนาคารในตำแหน่งผู้จัดการสาขาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กำหนดวิธีการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง คือ ผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อรายย่อยบุคคล เพื่อการวิเคราะห์ความคิดเห็นและนโยบายการดำเนินงานของ

บริษัท เช่น ทิศทางการดำเนินงาน นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่ได้กำหนดไว้ว่า จะเป็นธนาคารที่มีลูกค้าพึงพอใจชื่นชมมากที่สุด (To be Thailand 's Most Admired Universal Bank) และเน้นขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อย และจัดทำแบบสอบถามเพื่อนำมาวิจัยวิเคราะห์ ถึงปัจจัยที่สำคัญและแรงจูงใจให้พนักงานสาขาขายผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดสินเชื่อบุคคล ตามกรอบแนวคิดของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยเก็บตัวอย่างกลุ่มผู้บริหารสาขา ตำแหน่งผู้จัดการสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ที่สังกัดสาขาส่วนกลาง อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 180 สาขา และจากลูกค้าธนาคารของสาขา สาขาละ 1 ราย รวม 180 ราย ส่วนได้ศึกษาจากข้อมูลทางเศรษฐกิจ ข้อมูลคู่แข่งชั้น เพื่อศึกษาสถานะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โดยใช้เครื่องมือในการศึกษา เช่น ค่าทางสถิติ Five Force Model, SWOT Analysis, TOWS MATRIX เป็นต้น

จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานสาขา ตำแหน่งผู้จัดการสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 180 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จะมีอายุตัวอยู่ในช่วง 41 - 45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อายุงานที่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการจะอยู่ในช่วง 1 - 5 ปี สาขาที่ทำงานอยู่จะอยู่ในย่านธุรกิจการค้าเป็นส่วนใหญ่ ได้ให้ความเห็นด้านปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล “ กรุงศรี Smile Cash ” สามารถดึงดูดลูกค้า ได้มีปัจจัยที่สำคัญคือ อัตราดอกเบี้ยกู้ต่ำ อัตราดอกเบี้ยกู้ต่ำ วงเงินอนุมัติสูง และมีของชำร่วยแจกเมื่อได้รับอนุมัติวงเงิน ผู้จัดการสาขาแต่ละคนได้ให้ความเห็นว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากตลาดสินเชื่อบุคคลมีคู่แข่งที่เป็นทั้งธนาคารพาณิชย์ และที่มีได้เป็นธนาคารพาณิชย์ (Non Bank) หลายรายที่อยู่ในธุรกิจนี้ราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการ ลูกค้าสาขา ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 180 คน จากแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จะมีอายุตัวอยู่ในช่วง 36 - 45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ทำงานอยู่ในบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ได้ให้ความเห็นด้านปัจจัยสำคัญที่จะใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีปัจจัยที่สำคัญเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสาขา แต่ต่างกันที่ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ระยะเวลาในการอนุมัติต้องรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.98 และอัตราดอกเบี้ยต้องอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ส่วนเรื่องของชำร่วยที่แจกให้หรือการทำตลาด ไม่เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากนัก เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการใช้เงินเร็ว สะดวก อัตราดอกเบี้ยไม่สูงเกินไปนัก

ศรีสุข อาษา (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคจากสถาบันการเงินของข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ในภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคจากสถาบันการเงินของข้าราชการฯ ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากข้าราชการ 160 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ในภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุไม่เกิน 40 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการระดับ 6-7 อายุราชการไม่เกิน 15 ปี มีรายได้และรายจ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน มีการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคทั้งสิ้น 74.6 ล้านบาท หรือมีสินเชื่อเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 466,416 บาท ซึ่งเป็นสินเชื่อสังหาริมทรัพย์มากที่สุด คือ ร้อยละ 81.6 ของสินเชื่อทั้งหมด รองลงมาเป็นสินเชื่อประเภทเช่าซื้อรถยนต์และจักรยานยนต์ สินเชื่อบัตรเครดิต และสินเชื่อบุคคล ตามลำดับ แหล่งสินเชื่อที่ใช้บริการมากที่สุด คือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ รองลงมาคือธนาคารออมสิน สหกรณ์ออมทรัพย์กรมประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ มีการผ่อนชำระหนี้ด้วยตนเองต้องงวด คิดเป็นร้อยละ 26-50 ของรายได้เฉลี่ย ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การที่ประเทศมีภาวะค่าครองชีพที่สูงขึ้น เป็นปัจจัยที่มีผู้ตอบมากที่สุด รองลงมา คือ การที่ข้าราชการฯ มีความต้องการในการซื้อทรัพย์สินเพิ่มขึ้น และการที่ข้าราชการฯ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นที่พึ่งพิงมาก ตามลำดับ

อภิชาติ บุญรักษ์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพังงา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ และเพื่อหาแนวทางในการวางแผนทางการตลาดในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพังงา โดยศึกษาจากลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย สาขาพังงา ประเภทผู้ประกอบการบุคคลธรรมดาและมีสถานประกอบการซึ่งได้รับการอนุมัติสินเชื่อตั้งแต่ มกราคม ถึงธันวาคม ปี 2550 ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง 300 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้าในจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพเป็นเจ้าของกิจการและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รองลงมาเป็นสินเชื่อทั่วไป วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ น้อยกว่า 100,000 บาท ได้รับวงเงินตามที่ขอกู้ ระยะเวลาที่ธนาคารพิจารณา น้อยกว่า 15 วัน มีการติดต่อขอใช้บริการด้วยตนเอง ส่วนในอนาคตจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ต่อไป และจุดเด่นของสินเชื่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ส่วนผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าในจังหวัดพังงา พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ประเภทสินเชื่อที่มีความหลากหลาย มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ในด้านราคาอัตราดอกเบี้ยมีความสำคัญมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาดโฆษณาทางโทรทัศน์มีผลมากที่สุด ด้านสถานที่ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ด้านบุคลากรคือการทำงานแต่งกายดีมีบุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้านกระบวนการในการให้บริการควรมีระบบที่ถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุด และในส่วนของวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อ พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการเลือกใช้บริการสินเชื่อของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาพังงา

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาคำที่ใช้สินเชื่อนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีวิธีการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้วโดยเป็นการศึกษาในองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ สถานการณ์สินเชื่อนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคและหนี้สินภาคครัวเรือน ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ แนวคิดในการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน หลักการวิเคราะห์สินเชื่อ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดกรอบแนวความคิดสำหรับดำเนินการวิจัย ซึ่งจัดเก็บในรูปเอกสารประเภทรายงานการวิจัย บทความวิจัย ภาคนิพนธ์ สารนิพนธ์ วารสาร และเอกสารทางวิชาการต่างๆ โดยมีค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หอสมุดคุณหญิงหลงอรรถกระวีสุนทร ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และการสืบค้นข้อมูลจาก Website ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมโดยการสอบถามผู้บริโภคที่ใช้สินเชื่อนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค และอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ดังรายละเอียด

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค ใน 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลทับเที่ยง ตำบลบ้านโพธิ์ ตำบลน้ำผุด โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งพื้นที่ทั้ง 3 ตำบลเป็นพื้นที่ที่มีธนาคารพาณิชย์ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก และมีจำนวนประชากรเป็นจำนวนมากของอำเภอ ถือเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในครั้งนี้มีจำนวน 150 ราย ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จาก 3 ตำบล ตำบลละเท่าๆกัน ซึ่งใช้การสัมภาษณ์ที่บ้านเรือนของกลุ่ม

ตัวอย่าง แต่เนื่องจากเกิดความผิดพลาดในการเก็บแบบสอบถาม มีผู้ตอบจำนวน 5 ราย ที่มีความเข้าใจคลาดเคลื่อนในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงตัดตัวอย่างดังกล่าวออกจากการวิเคราะห์ คงเหลือกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยครั้งนี้ 145 ราย

2) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (Personal Interview) โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaires) สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ใช้คำถามที่มีทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ตอน ดังนี้ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ เป็นต้น

ตอนที่ 2 พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

ตอนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการในอนาคต ในการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ใช้คำถามซึ่งผู้ตอบให้คะแนนตามระดับความสำคัญ (Rating Scale) โดยกำหนดค่าความสำคัญ ดังนี้ (สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2552)

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	ปัจจัยนั้นมีผลมากที่สุด
4	ปัจจัยนั้นมีผลมาก
3	ปัจจัยนั้นมีผลปานกลาง
2	ปัจจัยนั้นมีผลน้อย
1	ปัจจัยนั้นมีผลน้อยที่สุด

3) การทดสอบแบบสอบถาม (Pretest)

ก่อนมีการเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ทำ Pre test แบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเบื้องต้น ไปทดสอบกับประชากรคล้ายคลึงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย และนำผลมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงให้แบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ดังนี้

3.2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

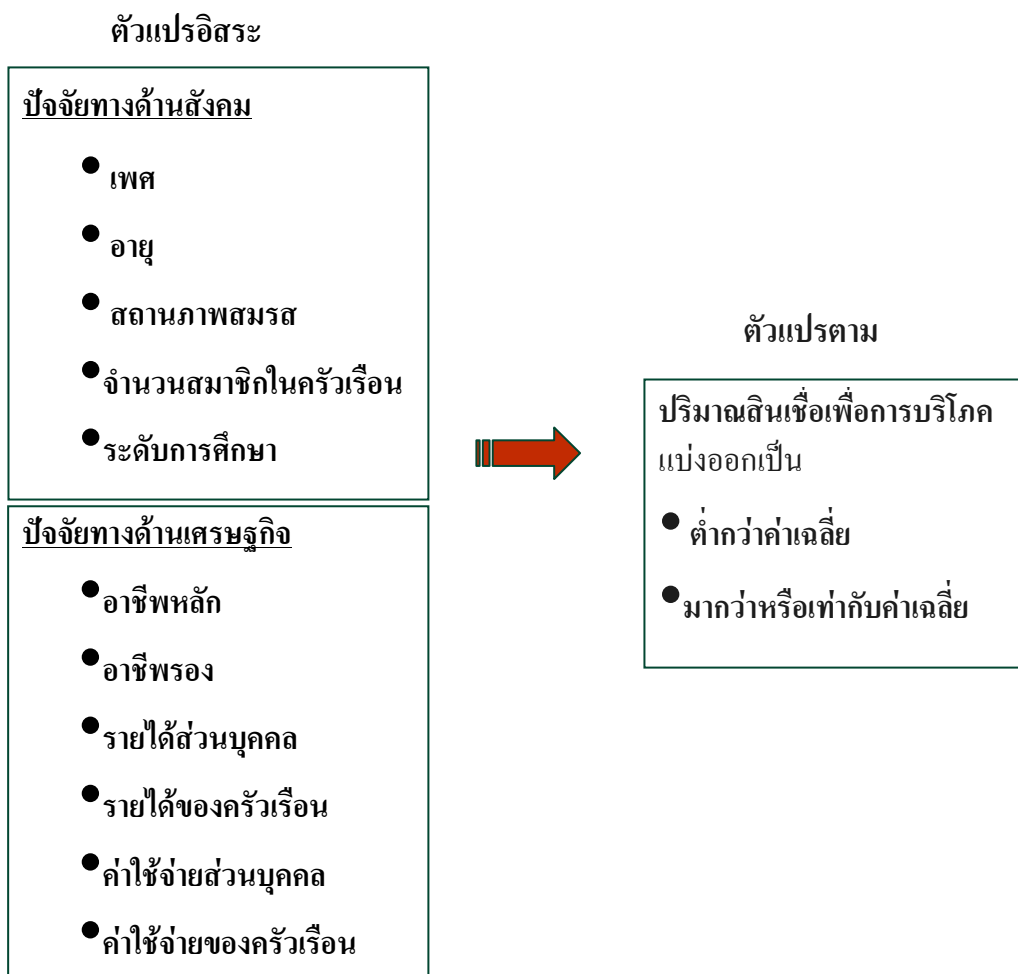
เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) การหาร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางเศรษฐกิจ และสังคมของผู้บริโภค พฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยทางการตลาด และปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

สำหรับการการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค ผู้วิจัยได้ใช้ค่ากลาง (Mid-point) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2552)

ค่าเฉลี่ยระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
4.50 – 5.00	ปัจจัยนั้นมีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	ปัจจัยนั้นมีผลมาก
2.50 – 3.49	ปัจจัยนั้นมีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	ปัจจัยนั้นมีผลมาน้อย
1.00 – 1.49	ปัจจัยนั้นมีผลมาน้อยที่สุด

3.2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Statistics)

สถิติที่ใช้ คือ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน (Independence-Test) ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ กับการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ส่วนการบริการธนาคารพาณิชย์ เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variables) โดยมีกรอบการวิเคราะห์ ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2.3 ขั้นตอนการทดสอบสมมติฐาน

1) การตั้งสมมติฐาน

H_{01} : ปัจจัยทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

H_{A1} : ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

H_{02} : ปัจจัยทางเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

H_{A2} : ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

2) กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

3) คำนวณค่า χ^2 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

4) คำนวณค่า P-Value ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5) สรุปผลการทดสอบ คือ เปรียบเทียบ P-value กับค่า α ถ้า ค่า P-value $< \alpha$ จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า ตัวแปรคู่่นั้นมีความสัมพันธ์กัน แต่ถ้า ค่า α ถ้า ค่า P-value $> \alpha$ จะยอมรับสมมติฐาน H_0 แสดงว่า ตัวแปรคู่่นั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าโดยผู้วิจัยได้เสนอผลการศึกษาใน 5 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค
- 4.2 พฤติกรรมใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค
- 4.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์
- 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการให้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์
- 4.5 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการในอนาคต ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

4.1 ลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 145 ราย ทำให้ทราบถึงลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคจากธนาคารพาณิชย์ ดังนี้

4.1.1 ลักษณะทางด้านสังคมของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านสังคมซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว และระดับการศึกษา มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.1

1) เพศ

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 145 ราย จำแนกเป็นเพศชาย ร้อยละ 57.9 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 42.1

2) อายุ

อายุของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระหว่าง 30-39 ปี เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.3 ช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.8 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.8 ซึ่งอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 35.1 ปี เป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงาน

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางด้านสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	84	57.9
- หญิง	61	42.1
อายุ (ปี)		
- 20 – 29	44	30.3
- 30 – 39	61	42.1
- 40 – 49	36	24.8
- > 49	4	2.8
เฉลี่ย	35.1	
สถานภาพสมรส		
- โสด	62	42.8
- สมรส	81	55.9
- หย่าร้าง / หม้าย	2	1.4
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
- ≤ 3	42	29.0
- 4-6	95	65.5
- > 6	8	5.5
เฉลี่ย	4.19	
จำนวนบุตรทั้งหมด (คน)		
- 0	77	53.1
- 1	23	15.9
- 2	27	18.6
- 3	15	10.3
- 4	3	2.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางด้านสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
จำนวนบุตรที่กำลังศึกษา (คน)		
- 0	88	60.7
- 1	23	15.9
- 2	21	14.5
- 3	13	9.0
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าอนุปริญญา/อนุปริญญา	17	11.7
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	91	62.8
- สูงกว่าปริญญาตรี	37	25.5

3) สถานภาพสมรส

กลุ่มตัวอย่าง มีสถานภาพสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 42.8 และหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 1.4 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

4) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว อยู่ระหว่าง 4-6 คน/ครัวเรือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมามีสมาชิกไม่เกิน 3 คน/ครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มากกว่า 6 คน/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยจำนวนสมาชิกเฉลี่ย เท่ากับ 4.19 คน/ครัวเรือน

5) จำนวนบุตร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีบุตร คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมามีจำนวนบุตร 2 คน ร้อยละ 18.6 จำนวนบุตร 1 คน ร้อยละ 15.9 จำนวนบุตร 3 คน ร้อยละ 10.3 และจำนวนบุตร 4 คน ร้อยละ 2.1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

6) จำนวนบุตรที่กำลังศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีบุตรที่กำลังศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมามีจำนวนบุตรที่กำลังศึกษาจำนวนบุตร 1 คน ร้อยละ 15.9 จำนวนบุตรที่กำลังศึกษา 2 คน ร้อยละ 14.5 และจำนวนบุตรที่กำลังศึกษา 3 คน ร้อยละ 9.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

7) ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาจบปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.5 และอีกร้อยละ 11.7 เป็นกลุ่มที่มีระดับ

การศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาหรืออนุปริญญา เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีความเข้าใจและสามารถเข้าถึงการให้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของธนาคารพาณิชย์ได้ง่าย

4.1.2 ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์สภาพทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยอาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ส่วนบุคคล รายได้ของครัวเรือน ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ค่าใช้จ่ายครัวเรือน ภาระหนี้สิน ทั้งส่วนบุคคลและครัวเรือน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

1) อาชีพหลัก

กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.7 และอาชีพอื่นๆ ที่มีใ้ทำงานประจำซึ่ง ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17.2 อาจเป็นเพราะพื้นที่ที่ทำการศึกษาใน 3 ตำบล ของอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นจำนวนมาก ประกอบกับเกณฑ์การให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ จะให้เครดิตกับผู้ที่มียาขได้ประจำมากกว่า เนื่องจากเป็นผู้ที่มีรายได้แน่นอนและแสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้สินได้อย่างชัดเจน จึงทำให้กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

2) อาชีพรอง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ผู้ที่มีอาชีพรองมีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ประกอบด้วยอาชีพการเกษตร เช่น การทำสวนยางพารา สวนปาล์ม สวนผลไม้ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 58.8 ของผู้ที่มีอาชีพรอง อาชีพด้านการค้า ได้แก่ การจำหน่ายเครื่องประดับ/เครื่องแต่งกาย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 23.5 ของผู้ที่มีอาชีพรอง และอาชีพรองอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจขายตรง ประกันชีวิต เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 17.7 ของผู้ที่มีอาชีพรอง กลุ่มตัวอย่างมีผู้ที่มีอาชีพรองในสัดส่วนที่ไม่มาก เนื่องมาจากเป็นกลุ่มพนักงานเอกชน และกลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งทุ่มเทเวลาสำหรับงานประจำ จึงมักไม่ค่อยมีเวลาในการประกอบอาชีพรอง

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
อาชีพหลัก		
- พนักงานบริษัทเอกชน	86	57.3
- ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	34	22.7
- อาชีพที่มีชั่วโมงงานประจำ ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร รับจ้าง	25	17.2
อาชีพรอง		
- ไม่มี	128	88.3
- มี	17	11.7
ลักษณะของอาชีพรอง	(n = 17)	
- การเกษตร	10	58.8
- การค้า	4	23.5
- ด้านอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจขายตรง ประกันฯ	3	17.7
รายได้ส่วนบุคคล (บาท/เดือน)		
- ≤ 15,000	30	20.7
- 15,001-30,000	68	46.9
- 30,001-45,000	26	17.9
- > 45,000	21	14.5
เฉลี่ย	56,300.7	
รายได้ของครัวเรือน (บาท/เดือน)		
- ≤ 30,000	21	14.5
- 30,000-60,000	63	43.4
- 60,001-90,000	23	15.9
- > 90,000	38	26.2
เฉลี่ย	174,261.7	

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=145)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล (บาท/เดือน)		
- ≤ 15,000	67	46.2
- 15,001-30,000	53	36.6
- 30,001-45,000	11	7.6
- > 45,000	14	9.7
เฉลี่ย	24,149.7	
ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน (บาท/เดือน)		
- ≤ 30,000	65	44.8
- 30,000-60,000	45	31.0
- 60,001-90,000	12	8.3
- > 90,000	23	15.9
เฉลี่ย	110,700.0	
ภาระหนี้สินส่วนบุคคล (บาท)		
- ≤ 150,000	58	40.0
- 150,001-300,000	13	9.0
- 300,001-450,000	12	8.2
- > 450,000	62	42.8
เฉลี่ย	649,731.0	
ภาระหนี้สินของครัวเรือน (บาท)		
- ≤ 300,000	33	22.8
- 300,001-600,000	20	13.8
- 600,001-900,000	17	11.7
- > 900,000	75	51.7
เฉลี่ย	1,314,570.0	

3) รายได้ส่วนบุคคล

รายได้ส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท/เดือน เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.9 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจ ซึ่งกลุ่มนี้มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในกลุ่ม 15,001-30,000 บาท/

เดือน รองลงมาเป็นช่วงรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 20.7 กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000-45,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และรายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 56,300.7 บาท/เดือน ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสูง เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีรายได้อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพที่มีชั่วโมงประจำ ซึ่งมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน จึงได้รับผลตอบแทนค่อนข้างสูง

4) รายได้ของครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ของครัวเรือนอยู่ระหว่าง 30,001-60,000 บาท/เดือน เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาคือมีรายได้ของครัวเรือนมากกว่า 90,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รายได้ของครัวเรือนที่น้อยกว่า 30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ โดยรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนเฉลี่ย เท่ากับ 174,261.7 บาท/เดือน รายได้ของครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มอาชีพที่มีชั่วโมงประจำ เป็นผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนค่อนข้างสูง ทำให้ค่าเฉลี่ยของรายได้ครัวเรือนสูงตามไปด้วย

5) ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลน้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน เป็นสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 36.6 ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลมากกว่า 45,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลอยู่ระหว่าง 30,001-45,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 7.6 โดยค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24,149.7 บาท/เดือน ซึ่งค่อนข้างสูง เนื่องมาจากรายได้โดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูง เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และการบริโภคไม่ได้เพียงเพื่อการยังชีพเพียงอย่างเดียว แต่อาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ความบันเทิง หรือกระแสนิยมมากขึ้นด้วย

6) ค่าใช้จ่ายครัวเรือน

ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้จ่ายรวมไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายของครัวเรือน อยู่ระหว่าง 30,001-60,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนมากกว่า 90,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และค่าใช้จ่ายครัวเรือน 60,001-90,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 8.3 โดยค่าใช้จ่ายครัวเรือนเฉลี่ย เท่ากับ 110,700 บาท/เดือน ค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูง เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนในระดับสูง มีกำลังซื้อสูง และเป็นการซื้อสำหรับการบริโภคเพื่อยังชีพส่วนหนึ่ง

อีกส่วนหนึ่งเป็นการซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านอื่นๆ เช่น การแสดงฐานะทางสังคม ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก กระแสนิยม เป็นต้น

7) ภาระหนี้สินส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างมีภาระหนี้สินส่วนบุคคลมากกว่า 450,000 บาท เป็นสัดส่วนมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ มีภาระหนี้สินไม่เกิน 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 ภาระหนี้สินส่วนบุคคลอยู่ระหว่าง 150,001-300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีภาระหนี้สินส่วนบุคคลอยู่ระหว่าง 300,001-450,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.2 โดยกลุ่มตัวอย่างมีภาระหนี้สินส่วนบุคคลเฉลี่ย เท่ากับ 649,731.0 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากพื้นที่ศึกษาเป็นกลุ่มในอำเภอเมืองมีระดับรายได้สูงกว่าพื้นที่อื่นๆ จึงมีการกำลังการซื้อและความสามารถในการชำระหนี้สำหรับการบริโภคในระดับที่มากขึ้น

8) ภาระหนี้สินของครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างมีภาระหนี้สินรวมของครัวเรือนมากกว่า 900,000 บาท เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ มีภาระหนี้สินของครัวเรือนน้อยกว่า 300,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ภาระหนี้สินของครัวเรือนอยู่ระหว่าง 300,001-600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.8 และภาระหนี้สินของครัวเรือนอยู่ระหว่าง 600,001-900,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยภาระหนี้สินของครัวเรือนเฉลี่ย เท่ากับ 1,314,574.0 บาท ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับข้อมูลเฉลี่ยภาระหนี้สินครัวเรือนของจังหวัดตรัง (ตารางที่ 2.3) เนื่องจากพื้นที่ศึกษาเป็นกลุ่มในอำเภอเมืองมีระดับรายได้สูงกว่าพื้นที่อื่นๆ จึงมีการกำลังการซื้อและความสามารถในการชำระหนี้สำหรับการบริโภคในระดับที่มากขึ้น ประกอบกับมีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคมากขึ้น ดังที่กล่าวมาแล้ว ได้แก่ การแสดงฐานะทางสังคม ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก กระแสนิยม เป็นต้น

4.2 พฤติกรรมใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภค

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.3

1) ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

ธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารไทยพาณิชย์มีสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 43.4 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 24.8 และธนาคารชนชาติ มีกลุ่มตัวอย่างใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 18.6 ซึ่งธนาคารพาณิชย์ดังกล่าวเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่และได้รับความนิยมในประเทศไทย

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการสินเชื่อในปัจจุบัน *		
- ธนาคารกรุงไทย	70	48.3
- ธนาคารไทยพาณิชย์	70	48.3
- ธนาคารกสิกรไทย	63	43.4
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	45	31.3
- ธนาคารกรุงเทพ	36	24.8
- ธนาคารชนชาติ	27	18.6
- ธนาคารทหารไทย	13	9.0
- ธนาคารซีทีแบงก์	11	7.6
- ธนาคารทีสโก้	10	6.9
- ธนาคารนครหลวงไทย	9	6.2
- ธนาคารยูโอบี	6	4.1
- ธนาคารอื่นๆ	4	2.7
จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค(แห่ง/ครัวเรือน)	38	26.2
- 1	35	24.1
- 2	50	34.5
- 3	16	11.0
- 4	6	4.2
- > 4		
เฉลี่ย	2.49	
เหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ *		
- การให้บริการที่ดี	76	52.4
- ขั้นตอนการขอสะดวกไม่ยุ่งยาก	74	51.0
- ธนาคารมีสาขาให้บริการมาก	62	42.8
- ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการ	44	30.3
- ดอกเบี้ยต่ำ	44	30.3
- ให้วงเงินสูง	39	26.9
- ระยะเวลาการผ่อนนาน	20	13.8
- ใช้ระยะเวลาการขออน้อย	14	9.7
- องค์กร/บริษัททำข้อตกลงร่วมกับธนาคาร	12	8.3
- เหตุผลอื่นๆ	11	7.6

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
ธุรกรรมที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ *		
- ชำระหนี้สิน	92	63.4
- เบิก/ถอนเงินจากวงเงินสินเชื่อ	64	44.1
- ติดต่อขอสินเชื่อเพื่อการบริโภค	52	35.9
- ขอคำแนะนำ/สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อ	15	10.3
- อื่นๆ	1	0.7
ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง/เดือน)		
- 1-5	122	84.1
- 6-10	23	15.9
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อการบริโภค *		
- เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค	76	52.4
- เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย	72	49.7
- เพื่อซื้อยานพาหนะ	69	47.6
- เพื่อเป็นเงินสำรองยามฉุกเฉิน	62	42.8
- เพื่อชำระหนี้สินส่วนบุคคล/ครัวเรือน	25	17.2
ประเภทที่อยู่อาศัย *	(n = 72)	
- บ้านเดี่ยว	36	50.0
- ทาวน์เฮ้าส์	26	36.1
- ตึกแถว/อาคารพาณิชย์	11	15.3
- คอนโดมิเนียม	1	1.4
- อพาร์ทเมนท์	1	1.4
ประเภทยานพาหนะ *	(n = 69)	
- รถยนต์	66	95.7
- รถจักรยานยนต์	7	10.1

หมายเหตุ * หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
จำนวนประเภทสินเชื่อที่มีการใช้บริการ (ประเภท/ครัวเรือน)		
- 1	46	31.7
- 2	56	38.6
- 3	26	17.9
- 4	17	11.7
ภาระหนี้สินเชื่อเพื่อการบริโภค (บาท)		
- ≤ 300,000	67	46.2
- 300,001-600,000	20	13.8
- 600,001-900,000	21	14.5
- > 900,000	37	25.5
เฉลี่ย	684,082.8	
ความเพียงพอต่อปริมาณสินเชื่อที่ได้รับ		
- เพียงพอ	126	86.9
- ไม่เพียงพอ	19	13.1
เหตุผลของผู้ที่ตอบว่าไม่เพียงพอ	(n = 19)	
- ไม่ได้รับวงเงินตามที่ต้องการ	11	57.9
- การบริโภคเกินกว่างบประมาณที่วางไว้	8	42.1
แหล่งรับรู้ข่าวสาร *		
- โทรทัศน์	108	74.5
- อินเทอร์เน็ต	76	52.4
- หนังสือพิมพ์	56	38.6
- ประกาศจากธนาคาร	37	25.5
- บุคคลที่รู้จัก	22	15.2
- วิทยู	19	13.1
- อื่นๆ	4	2.8

หมายเหตุ * หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
ระดับการรับรู้ข่าวสาร		
- มากที่สุด	21	14.5
- มาก	46	31.7
- ปานกลาง	54	37.2
- น้อย	20	13.8
- น้อยที่สุด	4	2.8

2) จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค จำนวน 3 แห่ง/ครัวเรือน เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา คือ มีการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค จำนวน 1 แห่ง/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 26.2 มีการใช้บริการ จำนวน 2 แห่ง/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 24.1 มีการใช้บริการ จำนวน 4 แห่ง/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และผู้ที่ตอบว่ามีการใช้บริการมากกว่า 4 แห่งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.2 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยจำนวนธนาคารพาณิชย์ที่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคเฉลี่ย 2.49 แห่ง/ครัวเรือน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง เนื่องมาจากการใช้บริการซึ่งไม่ได้ยึดติดกับธนาคารใดธนาคารหนึ่ง ประกอบกับธนาคารพาณิชย์เองมีผลิตภัณฑ์เสนอทางเลือกให้ลูกค้าแตกต่างกันไปตามกลยุทธ์การแข่งขัน ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกแหล่งที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุดได้

3) เหตุผลในการเลือกใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

เหตุผลในการเลือกใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค เนื่องจากการให้บริการที่ดี เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.4 ขั้นตอนการขอสะดวกไม่ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 51.0 ธนาคารมีจำนวนสาขาให้บริการมาก คิดเป็นร้อยละ 42.8 ผลดีของธนาคารตอบสนองความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 30.3 ดอกเบี้ยต่ำ คิดเป็นร้อยละ 30.3 ให้อ่างเงินสินเชื่อสูง คิดเป็นร้อยละ 26.9 ระยะเวลาการผ่อนนาน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ใช้ระยะเวลาการขोन้อย มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 9.7 เหตุผลองค์กร/บริษัททำข้อตกลงร่วมกับธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 8.3 และที่เหลือเป็นเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.6 เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการทั่วไปของธนาคาร ขั้นตอนการขอสินเชื่อ และสาขาของธนาคารที่มากและสะดวกสำหรับการใช้บริการ มากกว่าลักษณะเด่นในผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคาร แสดงให้เห็นว่าธนาคารพาณิชย์จะต้องมีการเน้นความเป็นเลิศในการให้บริการ ควบคู่ไป

กับการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคหรือขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ จึงจะสามารถแข่งขันกับส่วนแบ่งทางการตลาดได้มาก

4) ธุรกรรมที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการบริโภค

ธุรกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการบริโภคมากที่สุด คือ การชำระหนี้สิน โดยมีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมา ได้แก่ ธุรกรรมเบิก/ถอนเงินจากวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 44.1 ธุรกรรมการติดต่อสินเชื่อเพื่อการบริโภค คิดเป็นร้อยละ 35.9 การขอคำแนะนำ/การสอบถามข้อมูล และเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

5) ความถี่ในการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการบริโภค

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค พบว่าความถี่ในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 1-5 ครั้ง/เดือน มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 84.1 และที่เหลือนี้อาศัยความถี่ในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 6-10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

6) วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

การศึกษาในส่วนของวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคนั้น ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เป็นสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.4 ซึ่งเป็นสินเชื่อเพื่อการบริโภคที่อยู่ในรูปแบบบัตรเครดิตและบัตรทดแทนเงินสด รองลงมาเป็นการขอสินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 49.7 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 47.6 วัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินสำรองยามฉุกเฉิน มีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 42.8 และ วัตถุประสงค์เพื่อชำระหนี้ส่วนบุคคล/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งวัตถุประสงค์เพื่อชำระหนี้ส่วนบุคคล/ครัวเรือนดังกล่าว เป็นการชำระหนี้สินที่เกิดจากการอุปโภคและบริโภคที่ได้รับจากสถาบันการเงิน

7) ประเภทที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคเลือกในการขอสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

ประเภทที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคเลือกในการขอสินเชื่อเป็นประเภทบ้านเดี่ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ประเภททาวน์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 36.1 ตึกแถว/อาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 15.3 คอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนท์ที่มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 1.4 ของจำนวนผู้ที่ขอสินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัย

8) ประเภทยานพาหนะที่ผู้บริโภคลือเลือกในการขอสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์

ประเภทยานพาหนะที่มีผู้ตอบมากที่สุด คือ รถยนต์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95.7 ของจำนวนผู้ขอสินเชื่อเพื่อยานพาหนะ ที่เหลือเป็นประเภทรถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 10.1 ของจำนวนผู้ขอสินเชื่อเพื่อยานพาหนะทั้งหมด ซึ่งเนื่องมาจากรถยนต์มีมูลค่าสูง ประกอบกับสามารถใช้งานได้มากกว่ารถจักรยานยนต์

9) จำนวนประเภทสินเชื่อเพื่อการบริโภคที่มีการใช้บริการ

จำนวนประเภทสินเชื่อที่มีการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีการใช้สินเชื่อ 2 ประเภท/ครัวเรือนเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา ได้แก่ จำนวนประเภทสินเชื่อ 1 ประเภท/ครัวเรือน ซึ่งมีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 31.7 จำนวนประเภทสินเชื่อ 3 ประเภท/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และจำนวนประเภทสินเชื่อ 4 ประเภท/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคหลายประเภทต่อครัวเรือน เนื่องจากวัตถุประสงค์และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ครัวเรือนที่มีสมาชิกหลายคนก็จะมีการใช้สินเชื่อหลายประเภทมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันนั่นเอง

10) ภาระหนี้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

กลุ่มตัวอย่างมีภาระหนี้สินเชื่อเพื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคในปัจจุบันไม่เกิน 300,000 บาท/ครัวเรือน เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา ได้แก่ ภาระหนี้สินมากกว่า 900,000 บาท/ครัวเรือน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีภาระหนี้สิน อยู่ระหว่าง 600,001-900,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ มีภาระหนี้สิน อยู่ระหว่าง 300,001-600,000 บาท/ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งจากข้อมูลที่ผ่านมาภาระหนี้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคก็มีอัตราเติบโตขึ้นเรื่อยๆ สังเกตได้จากข้อมูลการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในการบริโภคส่วนบุคคล ภาคใต้ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 159,455 ล้านบาท (ตารางที่ 2.1) และจังหวัดตรัง 5,733 ล้านบาท (ตารางที่ 2.2) ยังมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

11) ความเพียงพอต่อปริมาณสินเชื่อเพื่อการบริโภคที่ได้รับ

กลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนใหญ่ตอบว่าวงเงินหรือปริมาณสินเชื่อที่ได้รับเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็น 86.9 และผู้ที่ตอบว่ายังไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 13.1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าไม่เพียงพอ ให้เหตุผลเนื่องจากการที่ไม่ได้รับวงเงินตามที่ต้องการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 และที่เหลืออีกร้อยละ 42.1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าวงเงินหรือปริมาณสินเชื่อที่ได้รับไม่เพียงพอให้เหตุผลว่าการบริโภคของตนเองเกินกว่างบประมาณที่วางไว้

12) แหล่งรับรู้ข่าวสารสินค้าเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคและระดับการรับรู้ข่าวสาร

แหล่งรับรู้ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง เป็นสื่อประเภทโทรทัศน์ มีสัดส่วนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 52.4 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานและอายุเฉลี่ย 35.1 ปี สื่อทั้งโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตจะเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้มากที่สุด นอกจากนั้นยังมีสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 38.6 มีผู้ตอบจากประกาศของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 25.5 รับรู้ข่าวสารจากบุคคลที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 15.2 สื่อประเภทวิทยุและสื่ออื่นๆ รวมคิดเป็นร้อยละ 15.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยระดับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอยู่ในระดับปานกลาง เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 รับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.7 รับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.5 รับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.8 และรับรู้ข่าวสารระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่าสื่อที่เป็นแหล่งรับรู้ข่าวสารนอกจากสื่อโทรทัศน์แล้ว อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความสำคัญเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูง และเป็นกลุ่มคนทำงานในบริษัทเอกชน และหน่วยงานราชการซึ่งมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ธนาคารพาณิชย์อาจเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสร้างฐานลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

4.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคนั้น ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครง่ายและสะดวกเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นๆ มีผลต่อการใช้บริการอยู่ในระดับมากและมีเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง คือ การแจกของขวัญและรางวัลในโอกาสต่างๆ รายละเอียดอธิบายดังตารางที่ 4.4

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขั้นตอนของการสมัครง่ายและมีความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ซึ่งเนื่องมาจากในปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกใช้บริการมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เองก็มักจะหากลยุทธ์ใหม่ๆ ออกมาเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด ประกอบกับสินค้าเชื่อเพื่อการบริโภคนั้น เป็นความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้บริโภคที่มีความต้องการบริโภคสินค้าและบริการนั้นมักอยาก

ครอบครองสิ่งที่ต้องการโดยเร็วที่สุด ดังนั้นจึงเป็นผลให้ขั้นตอนในการสมัครที่ง่ายและสะดวกมีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด ซึ่งขั้นตอนในการสมัครที่ง่ายและสะดวกในที่นี้ก็คือ เช่น การสมัครใช้บริการโดยใช้เอกสารไม่มากจนเกินไป ขั้นตอนไม่มากอาจเพียงแค่อื่นเอกสารและรอรับเงินหรือใช้วงเงินได้ทันที และรวมไปถึงความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารเมื่อพบปัญหาหลังจากที่สินเชื่อได้รับการอนุมัติแล้วได้ง่าย เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนต่างๆ ก็จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละธนาคาร และนอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) พนักงานให้บริการดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14) ผลិតภัณฑ์/บริการตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) การอนุมัติเครดิตที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00) อนุมัติวงเงินได้ตามที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98) ผลิตภัณฑ์/บริการมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96) และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) ตามลำดับ ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าผู้บริโภคที่มีการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคนี้มีการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ในระดับมากที่สุดถึงมากที่สุด

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

ปัจจัย	ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับการมีผล
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ		
- ผลิตภัณฑ์/บริการตรงตามความต้องการ	4.09	มาก
- ผลิตภัณฑ์/บริการมีความหลากหลาย	3.96	มาก
- ขั้นตอนการสมัครง่าย สะดวก	4.51	มากที่สุด
- การอนุมัติรวดเร็ว	4.07	มาก
- พนักงานให้บริการดี	4.14	มาก
- เชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร	4.22	มาก
- อนุมัติวงเงินตามที่ต้องการ	3.98	มาก
- ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนาน	4.00	มาก
- มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการอยู่เสมอ	3.89	มาก
ด้านราคา		
- อัตราดอกเบี้ยต่ำ	4.19	มาก
- อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆต่ำ	4.20	มาก

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับการมีผล
ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย		
- ธนาคารมีสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ	4.19	มาก
- ทำเลที่ตั้งธนาคารเหมาะสมที่จอดรถสะดวก	3.80	มาก
- มีระบบรักษาความปลอดภัยดีเยี่ยม	3.93	มาก
- มีการขยายระยะเวลาการให้บริการได้มาก	3.86	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด		
- มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆกระตุ้นการรับรู้	3.81	มาก
- มีการให้ข่าวสารการให้บริการครบถ้วนทันสมัย	3.84	มาก
- มีการแจกของขวัญและรางวัลในโอกาสต่างๆ	3.25	ปานกลาง

2) ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ต่ำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) เช่น ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ ค่าจัดทำนิติกรรมสัญญา ค่าประเมินราคาหลักประกัน ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมการใช้งวดเงิน เป็นต้น อัตราดอกเบี้ยต่ำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19) โดยผู้บริโภคมีการให้ความสำคัญในด้านราคา โดยพิจารณาในส่วนของดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่าในธนาคารอื่นๆ ซึ่งอธิบายได้จากกรณีที่ธนาคารพาณิชย์ต่างๆมักแข่งขันกันลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้หรือลดค่าธรรมเนียมลง เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์/บริการมากขึ้น และหากมีธนาคารแห่งหนึ่งประกาศลดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมลง ธนาคารอื่นๆก็ต้องปรับตัวตาม เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด

3) ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

จากการศึกษาในปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค พบว่าทุกปัจจัยมีผลในระดับมาก ดังนี้ ธนาคารมีสาขาให้บริการมาก สะดวกในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19) ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93) ธนาคารมีการขยายระยะเวลาในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) และทำเลที่ตั้งธนาคารมีความเหมาะสม ที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) ซึ่งปัจจัยด้านต่างๆ เหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญ ซึ่งจะช่วยสร้างความรู้สึกอยากใช้บริการไม่เพียงแต่ในสินเชื่อเพื่อการบริโภคเท่านั้น ยังรวมไปถึงการให้บริการของธนาคารในด้านอื่นๆอีกด้วย

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ในส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ธนาคารมีการให้ข่าวสารการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) ธนาคารมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ช่วยกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) ซึ่งปัจจัยทั้งสองที่กล่าวมานี้เป็นการสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคารพาณิชย์ สร้างความต้องการในการบริโภคมากขึ้น โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภค มีความน่าสนใจเป็นที่จดจำได้ง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด จะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคที่ดี ส่วนปัจจัยการส่งเสริมการตลาดในส่วนของการแจกของขวัญและรางวัลในโอกาสต่างๆ มีผลต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25)

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

ผลการศึกษการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภค

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ค่าสถิติ χ^2	ระดับนัยสำคัญ
ปัจจัยทางสังคม		
- เพศ	0.965	NS
- อายุ	16.817	*
- สถานภาพสมรส	9.018	*
- จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.089	NS
- ระดับการศึกษา	0.792	NS
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ		
- อาชีพหลัก	3.968	NS
- อาชีพรอง	0.178	NS
- รายได้ส่วนบุคคล	11.54	*
- รายได้ของครัวเรือน	2.012	NS
- ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	9.549	*
- ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน	0.986	NS

หมายเหตุ * ข้อมูลมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS หมายถึง Non Significance

4.4.1 ปัจจัยทางสังคม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนปัจจัยทางด้านเพศ ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อธิบายได้ ดังนี้

1) อายุ

อายุมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากจะมีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคในปริมาณที่มาก โดยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคในปริมาณน้อย วงเงินไม่เกิน 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคในวงเงินที่มากกว่า 900,000 บาท ขึ้นไปในระดับที่มาก ซึ่งเนื่องมาจากกลุ่มอายุที่มากขึ้นมักเป็นผู้ที่มีรายได้ หน้าที่การงาน ตำแหน่งทางสังคม ฐานะทางครอบครัว ความต้องการที่มากขึ้น และยังสามารถในการบริโภคได้มากกว่า กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่มีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่มากกว่านั่นเอง

2) สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอยู่ในปริมาณที่น้อยกว่าผู้ที่สมรสแล้ว เนื่องมาจากผู้ที่สมรสแล้ว จะมีภาระหน้าที่ที่มากกว่าโดยเฉพาะภาระค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว อีกทั้งยังมีความต้องการที่หลากหลายและมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด

4.4.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจกับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค พบว่า รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภค และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนี้

1) รายได้ส่วนบุคคล

รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ส่วนบุคคลในระดับที่น้อยจะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่น้อย

และผู้บริโภคที่มีรายได้อื่นๆ ในระดับที่มากขึ้นจะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่มากขึ้นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อื่นๆ ไม่เกิน 45,000 บาท จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคอยู่ระดับที่ไม่เกิน 30,000 บาทเป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อื่นๆ 45,000 บาทขึ้นไป จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคอยู่ในระดับมากกว่า 900,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากผู้ที่มีรายได้อื่นๆ มากจะมีความสามารถในการชำระหนี้ มีความน่าเชื่อถือทางการเงินในการตัดสินใจให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ และมีความสามารถในการจ่ายสำหรับการบริโภคได้มากขึ้น

2) ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล

ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลในระดับที่น้อยจะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่น้อย และผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลในระดับที่มากขึ้นจะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่มากขึ้นด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลไม่เกิน 30,000 บาท จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคอยู่ระดับที่ไม่เกิน 30,000 บาทเป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อื่นๆ 30,000 บาทขึ้นไป จะมีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคอยู่ในระดับมากกว่า 900,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากผู้ที่มีค่าใช้จ่ายมากจะมีค่าใช้จ่ายในส่วนที่ต้องชำระหนี้สินที่เกิดจากสินเชื่อเพื่อการบริโภค หนี้สินอื่นๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในด้านอื่นๆ ทำให้มีปริมาณการใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคในปริมาณที่สูงขึ้น

4.5 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการในอนาคต ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

4.5.1 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัญหาจากการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคนั้น มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 23.4 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 4.6) โดยปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการที่มีมากที่สุด ได้แก่ ในเรื่องของค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บสูงเกินไป ซึ่งมีผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา ได้แก่ ผู้บริโภคไม่เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อ/ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 31.7 วงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอหรือวงเงินไม่ได้ตามที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 17.1 ขั้นตอนการขอสินเชื่อยุ่งยาก ใช้เอกสารประกอบมาก คิดเป็นร้อยละ 7.3 และข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผยให้ฝ่ายงานอื่น คิดเป็นร้อยละ 4.9 ของจำนวนผู้ที่มีปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อ ตามลำดับ

ในส่วนของการเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค มีผู้ให้ข้อเสนอแนะร้อยละ 18.6 โดยเสนอแนะในเรื่องของการลดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.7 รองลงมา ได้แก่ ข้อเสนอแนะให้เพิ่มช่องทางสำหรับอธิบายผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการขอสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 6.2 เสนอให้เพิ่มช่องทางสำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.4 และเสนอให้เข้มงวดในกฎระเบียบในการเปิดเผยข้อมูลให้กับบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 1.4 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ปัญหาจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคและข้อเสนอแนะ

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
ปัญหาการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค		
- มี	34	23.4
- ไม่มี	111	76.6
ปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการ *	(n = 34)	
- ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมสูงเกินไป	16	39.0
- ไม่เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อ/ผลิตภัณฑ์	13	31.7
- วงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ/วงเงิน ไม่ได้ตามที่ ต้องการ	7	17.1
- ขั้นตอนยุ่งยาก/ใช้เอกสารประกอบมาก	3	7.3
- ข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผยให้ฝ่ายงานอื่น	2	4.9
ข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค		
- มี	27	18.6
- ไม่มี	118	81.4
ข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค*	(n = 27)	
- ลดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	14	9.7
- เพิ่มช่องทางสำหรับอธิบายผลิตภัณฑ์และ ขั้นตอนการขอสินเชื่อ	9	6.2
- เพิ่มช่องทางสำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดจาก การใช้บริการ	5	3.4
- เข้มงวดในกฎระเบียบการเปิดเผยข้อมูลให้ บุคคลอื่น	2	1.4

หมายเหตุ * หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.5.2 ความต้องการใช้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 70.3 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 4.7) โดยมีวัตถุประสงค์สำหรับซื้อที่อยู่อาศัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมา ได้แก่ เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค คิดเป็นร้อยละ 39.2 เพื่อซื้อยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 36.3 เพื่อสำรองยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 32.4 เพื่อชำระหนี้สินส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 14.7 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนการใช้สินเชื่อในอนาคต ธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้บริการมาก 5 อันดับในอนาคต ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 51.0 ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 32.4 ธนาคารชนชาติ คิดเป็นร้อยละ 29.4 และธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 13.7 โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการดังกล่าวมาก เนื่องมาจากการให้วงเงินสินเชื่อสูง มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา ได้แก่ การให้บริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 46.1 อัตราดอกเบี้ยต่ำ คิดเป็นร้อยละ 45.1 ขั้นตอนการขอสะดวกไม่ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 42.2 ระยะเวลาการผ่อนนาน คิดเป็นร้อยละ 40.2 ธนาคารมีสาขาให้บริการมาก คิดเป็นร้อยละ 39.2 ผลกระทบต่อตอบสนองความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 36.3 ใช้ระยะเวลาการขोन้อย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเหตุผลอื่นๆ อีก ร้อยละ 9.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนการใช้สินเชื่อในอนาคต แนวโน้มความต้องการสินเชื่อของผู้บริโภคในอนาคตมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยในสัดส่วนที่มากที่สุด จากเดิมที่ใช้เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภคมากที่สุด อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับที่อยู่อาศัยมากขึ้น การอุปโภค/บริโภคเพื่อความจำเป็นมากขึ้น อาจเนื่องจากได้รับสินเชื่อเพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภคในปริมาณที่เพียงพอแล้วในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.7 ความต้องการใช้สินเชื่อในอนาคต

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
การวางแผนใช้บริการสินเชื่อในอนาคต		
- มี	102	70.3
- ไม่มี	43	29.7
ความต้องการในการใช้บริการสินเชื่อในอนาคต *	(n = 102)	
- เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย	43	42.2
- เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค	40	39.2
- เพื่อซื้อยานพาหนะ	37	36.3
- เพื่อสำรองยามฉุกเฉิน	33	32.4
- เพื่อชำระหนี้สินส่วนบุคคล	15	14.7

ตารางที่ 4.7 ความต้องการใช้สินเชื่อในอนาคต (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 145)	ร้อยละ
ธนาคารพาณิชย์ที่จะเลือกใช้ในอนาคต *	(n = 102)	
- ธนาคารไทยพาณิชย์	54	52.9
- ธนาคารกรุงไทย	52	51.0
- ธนาคารกสิกรไทย	33	32.4
- ธนาคารธนชาติ	30	29.4
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	14	13.7
- ธนาคารซีทีแบงก์	13	12.7
- ธนาคารกรุงเทพ	9	8.8
- ธนาคารทีสโก้	9	8.8
- ธนาคารนครหลวงไทย	8	7.8
- ธนาคารทหารไทย	4	3.9
- ธนาคารอื่นๆ	3	2.9
เหตุผลที่จะเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์นั้นๆ *	(n = 102)	
- ให้อัตราดอกเบี้ยสูง	49	48.0
- การให้บริการที่ดี	47	46.1
- ดอกเบี้ยต่ำ	46	45.1
- ขั้นตอนการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก	43	42.2
- ระยะเวลาการผ่อนนาน	41	40.2
- ธนาคารมีสาขาให้บริการมาก	40	39.2
- ผลตอบแทนตอบสนองความต้องการ	37	36.3
- ใช้ระยะเวลาการขออน้อย	34	33.3
- เหตุผลอื่นๆ	10	9.8

หมายเหตุ * หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้เสนอในส่วนของการสรุปผลการวิจัยจากการศึกษาการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้านานาชาติพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง และข้อเสนอแนะในงานวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อ 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ 3) ศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อ และ 5) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ และความต้องการใช้บริการสินเชื่อในอนาคต โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค 145 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติไคสแควร์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.9 เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 35.1 ปี สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 4.19 คน/ครอบครัว ยังไม่มีบุตรร้อยละ 53.1 และไม่มีบุตรที่กำลังศึกษาร้อยละ 60.7 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 62.8 กลุ่มตัวอย่างมีการประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจร้อยละ 57.3 และ 22.7 ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 11.7 ที่ประกอบอาชีพรอง ได้แก่ อาชีพด้านการเกษตร รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ย 56,300.7 บาท/เดือน รายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 174,261.7 บาท/เดือน มีค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลเฉลี่ย 24,149.7 บาท/เดือน กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเฉลี่ย 110,700 บาท/เดือน ในส่วนของภาระหนี้สินส่วนบุคคลเฉลี่ย 649,731.0 บาท และมีภาระหนี้สินของครัวเรือนเฉลี่ย 1,314,570.0 บาท

5.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคจากธนาคารพาณิชย์มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย ร้อยละ 48.3, 48.3 และ 43.4 ตามลำดับ โดยมีการใช้บริการธนาคารพาณิชย์จำนวน 3 แห่ง/ครัวเรือน ร้อยละ 34.5 เนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีการให้บริการที่ดี ขั้นตอนการขอสะดวกไม่ยุ่งยาก และธนาคารมีสาขาให้บริการมาก ร้อยละ 52.4 , 51.0 และ 42.8 ตามลำดับ โดยธุรกรรมที่มีการใช้บริการมากเป็นการ

ชำระหนี้สินที่เกิดจากสินเชื่อเพื่อการบริโภค ร้อยละ 63.4 ใช้บริการ 1-5 ครั้ง/เดือน โดยการขอสินเชื่อเพื่อการบริโภคเป็นการใช้เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว และเพื่อซื้อยานพาหนะประเภทรถยนต์ ร้อยละ 52.4 ,49.7 และ 47.6 ตามลำดับ ปริมาณสินเชื่อที่มีการใช้บริการในปัจจุบันอยู่ในช่วงไม่เกิน 300,000 บาท/ครัวเรือน ร้อยละ 46.2 เฉลี่ย 684,082.8 บาท/ครัวเรือน ซึ่งมีความเพียงพอต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง โดยแหล่งข่าวสารที่มีการรับรู้มากที่สุด คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 74.5 ระดับการรับรู้ข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 37.2

5.1.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ขั้นตอนการสมัครที่ง่ายและสะดวก มีระดับการมีผลมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นๆอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจากขั้นตอนการสมัครที่ง่ายและสะดวก คือ ความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร พนักงานให้บริการดี ผลิตภัณฑ์/บริการตรงตามความต้องการ และการอนุมัติที่รวดเร็ว ตามลำดับ

ด้านราคาระดับการมีผลอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆต่ำ รองลงมาเป็นเรื่องอัตราดอกเบี้ยต่ำ

ด้านสถานที่และช่องทางจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลลำดับแรก คือ ธนาคารมีสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และธนาคารมีการขยายระยะเวลาการให้บริการได้มาก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาผ่านสื่อต่างกระตุ้นการรับรู้ และมีการให้ข่าวสารการให้บริการครบถ้วนทันสมัย เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนการแจกของขวัญและรางวัลในโอกาสต่างๆมีระดับการมีผลระดับปานกลาง

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางสังคมในส่วนของ อายุ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับปัจจัยทางสังคม เพศ จำนวนสมาชิกในครอบครัวและระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ปัจจัยทางเศรษฐกิจในส่วนของรายได้ส่วนบุคคล และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปัจจัยทางเศรษฐกิจอื่น ได้แก่ อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้

ของครัวเรือน และค่าใช้จ่ายของครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

5.1.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

จากการศึกษามีผู้มีปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค ร้อยละ 28.3 โดยปัญหาที่พบเกิดจากการที่ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่สูงเกินไป ร้อยละ 39.0 และไม่เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อ/ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 31.7 และกลุ่มตัวอย่างมีการเสนอแนะให้ธนาคารลดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม มีผู้ตอบร้อยละ 9.7 และเสนอแนะให้เพิ่มช่องทางในการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนการขอสินเชื่อ ร้อยละ 6.2

5.1.6 ความต้องการใช้สินเชื่อในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนใช้บริการสินเชื่อในอนาคต ร้อยละ 70.3 โดยวางแผนจะใช้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค และซื้อยานพาหนะ ร้อยละ 42.2 ,39.2 และ 36.3 ตามลำดับ ส่วนธนาคารพาณิชย์ที่จะเลือกใช้มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกสิกรไทย เนื่องมาจากการให้วงเงินสูง มีการให้บริการที่ดี และดอกเบี้ยต่ำ

5.2 ข้อเสนอแนะ

การให้บริการสินเชื่อเพื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดตรัง มีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการสินเชื่ออยู่หลายปัจจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค โดยแยกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ลูกค้า และภาครัฐบาล ดังนี้

5.2.1 ธนาคารพาณิชย์

1) จากผลการศึกษาในเรื่องของปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของธนาคารพาณิชย์นั้น ปัญหาดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่สูงเกินไป ธนาคารพาณิชย์อาจมีการพิจารณาดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมให้ลดลงโดยอาจลดในบางช่วงระยะเวลา หรือลดในบางประเภทสินเชื่อ เช่น สินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งแนวโน้มความต้องการสูงขึ้น ประกอบกับเป็นสินเชื่อที่มีวงเงินค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินเชื่อเพื่อการบริโภคประเภทอื่น การคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมจึงสูงตามไปด้วย ซึ่งการลดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมนอกจากจะให้ประโยชน์กับลูกค้านแล้ว ธนาคารพาณิชย์ยังสามารถเพิ่มฐานลูกค้าได้มากขึ้น

2) ปัญหาการไม่เข้าใจในด้านผลิตภัณฑ์และขั้นตอนที่ยุ่งยากเกินไป ธนาคารพาณิชย์สามารถเพิ่มช่องทางในสื่อประเภทยินเตอร์เน็ตที่มีสัดส่วนของผู้ใช้ที่มากขึ้นในปัจจุบัน โดย

อธิบายขั้นตอน รายละเอียด เอกสารที่เกี่ยวข้องในแต่ละผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างละเอียด ซึ่งผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันเว็บไซต์ของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ยังให้รายละเอียดในเรื่องดังกล่าวน้อยเกินไป

3) ธนาคารพาณิชย์ควรเข้มงวดในเรื่องการไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าให้กับหน่วยงานหรือบุคคลอื่นไม่ว่าทางใด ซึ่งปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับกฎระเบียบในข้อนี้มากนัก จึงมีผู้ได้รับความเสียหายจากการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิดอยู่บ่อยครั้ง

4) หลังจากที่มีการขอสินเชื่อดำเนินไปจนเสร็จกระบวนการแล้ว ธนาคารพาณิชย์ยังต้องมีหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพของลูกค้านี้ ติดตามการผ่อนชำระให้เป็นไปตามเงื่อนไข เพื่อผลประโยชน์ทั้งต่อตัวผู้บริโภคและธนาคารพาณิชย์เอง

5) จากการศึกษาในอนาคตจะมีความต้องการในสินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์สามารถใช้ข้อมูลส่วนนี้เพื่อวางแผนออกผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของธนาคารมากขึ้น

6) ธนาคารพาณิชย์อาจมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงลักษณะอาชีพและรายได้ของลูกค้า โดยแยกขั้นตอนการสมัคร เอกสารที่ใช้ในการพิจารณา ตลอดจนการพิจารณาให้สินเชื่อในแต่ละประเภทที่แตกต่างกันออกไป เช่น ผู้ที่มีรายได้ประจำ และผู้ที่มีรายได้ประจำ ควรใช้เกณฑ์การพิจารณาที่แตกต่างกัน แต่ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์มีการให้สินเชื่อกับกลุ่มที่มีเงินเดือนประจำเนื่องจากมีที่มาของรายได้ค่อนข้างแน่นอน ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้มีเงินเดือนประจำจะได้รับการพิจารณาค่อนข้างยาก ธนาคารพาณิชย์จึงอาจใช้หลักฐานแสดงที่มาทางการเงินอื่นๆ ประกอบการพิจารณามากขึ้น

7) ในส่วนของการให้บริการในธนาคารพาณิชย์บางแห่งซึ่งอาจเสียเปรียบในเรื่องจำนวนสาขาและพนักงานที่ให้บริการ ก็สามารถใช้กลยุทธ์ เช่น การเพิ่มช่องทางการขายตรง การทำข้อตกลงสัญญาระหว่างองค์กร/บริษัท การเพิ่มช่องทางการติดต่อและการชำระหนี้สิน โดยเฉพาะช่องทางโทรศัพท์ (Tele-banking) ก็สามารถเพิ่มขีดการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้อีกทางหนึ่ง

5.2.2 ลูกค้ำของธนาคารพาณิชย์

1) อัตราการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ใช้สินเชื่อเพื่อการบริโภคนั้นมีความจำเป็นมาน้อยเพียงใด ลูกค้ำต้องคำนึงถึงความจำเป็นของตนเองเป็นหลัก หากมีการใช้อย่างไม่ระมัดระวัง โดยเฉพาะสินเชื่อในรูปแบบบัตรเครดิต จะทำให้เกิดปัญหาในเรื่องความสามารถในการชำระหนี้คืนให้กับธนาคารได้

2) ควรศึกษารายละเอียดของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ รวมถึงขั้นตอนการใช้บริการอย่างละเอียด เพื่อเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง

3) ควรศึกษารายละเอียดในสัญญาและข้อตกลงในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เงื่อนไขในการชำระเงิน อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เพื่อให้ทราบกฎเกณฑ์ของธนาคารก่อนการลงนามในสัญญาเพื่อความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้อย่างถูกต้อง

4) ผู้บริโภคต้องมีการศึกษาในส่วนของดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ได้ระบุไว้ในสัญญาหรือข้อตกลง และเก็บหลักฐานการกู้เงินไว้เป็นหลักฐาน หากเกิดความผิดพลาดประการใดหรือข้อสงสัยสามารถนำมาใช้อ้างอิงได้ในภายหลัง

5) โดยส่วนใหญ่ธนาคารพาณิชย์มักมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อแบบลอยตัว ผู้บริโภคควรติดตามการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ย เพื่อวางแผนสำหรับการจ่ายชำระหนี้คืนให้กับธนาคารได้อย่างถูกต้อง และควรมีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของครัวเรือนเพื่อวางแผนทางการเงินการใช้จ่ายอยู่เสมอ

6) เนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีการเพิ่มช่องทางการใช้บริการทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตมากขึ้น การใช้บริการค่อนข้างมีความเสี่ยงในการขโมยข้อมูลจากบุคคลที่ไม่หวังดี ผู้บริโภคควรตรวจสอบก่อนการใช้บริการ ไม่หลงเชื่อคำเชิญชวนจากบุคคลที่ไม่ใช่พนักงานธนาคารที่เชื่อถือได้

7) ผู้บริโภคไม่ควรเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในที่สาธารณะ โดยเฉพาะการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์สาธารณะ หรืออินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ควรหลีกเลี่ยง หรือใช้อย่างระมัดระวัง ไม่ให้บุคคลอื่นสามารถดูข้อมูลส่วนตัวได้

5.2.3 ภาครัฐบาล

ภาครัฐบาลต้องเข้ามาควบคุมในด้านการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ที่ความรุนแรงมากขึ้น เน้นเพียงแต่อัตราการเติบโตการปล่อยสินเชื่อของธนาคารที่ต้องแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด การให้สินเชื่อมีการผ่อนปรนนโยบายต่างๆ เอื้ออำนวยให้ลูกค้ามีภาระหนี้สินที่มากขึ้น โดยไม่ได้คำนึงถึงความจำเป็น ภาครัฐในฐานะผู้ดูแลกำกับสถาบันการเงินควรมีนโยบายในการควบคุมธนาคารต่างๆ ในการปล่อยสินเชื่อ โดยนอกจากจะคำนึงถึงผลประโยชน์ทางการเงินแล้ว สิ่งสำคัญต้องคำนึงถึงปัญหาทางสังคมที่อาจตามมาหลังจากการให้สินเชื่อต่างๆ แล้ว

5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในงานวิจัย

ในการศึกษาการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดตรังครั้งนี้ สามารถสรุปข้อจำกัดที่เกิขึ้นจากการทำงานวิจัยได้ ดังนี้

1) ข้อจำกัดทางด้านเวลา ซึ่งผู้วิจัยเองมีข้อจำกัดมากในด้านเวลาและการเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำให้การเก็บข้อมูลใช้เวลานานกว่าที่กำหนด

2) การออกแบบในแบบสอบถาม มีคำถามที่ทำให้ผู้ตอบเข้าใจคลาดเคลื่อน และผู้วิจัยเองขาดความรอบคอบในการตรวจสอบข้อมูล ทำให้ต้องการตัดกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่มีข้อมูลไม่เป็นจริง

3) การให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะในส่วนรายได้และภาระหนี้สิน ซึ่งบางรายไม่กล้าตอบ เนื่องจากเกรงว่าผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้ในทางอื่น

ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจทำการศึกษาหรือทำการวิจัยในครั้งต่อไป เสนอแนะให้ศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

1) ศึกษาในส่วนของปัจจัยในการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคทั้งในด้านสัดส่วนการให้สินเชื่อ การทำการตลาด รวมไปถึงขั้นตอนการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคของธนาคารพาณิชย์

2) ศึกษาการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคทั้งจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

บรรณานุกรม

- คณิตา รัชตเศรษฐกุล. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษา สาขาหาดใหญ่.** สงขลา: ภาคนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จรินทร์ เทศวานิช .2542. **เงิน ตลาดเงิน และสถาบันการเงิน.** กรุงเทพมหานคร : บมจ.ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- จินตนา มั่นคงพูนสวัสดิ์. 2544. **สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์กับการลงทุนและการบริโภค.** กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชนินทร์ พิทยาวิวิธ. 2550. **การบริหารสินเชื่อสถาบันการเงินครบวงจร.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท อักษรโสภณ จำกัด.
- ชาญชัย ปานนาค. 2550. **คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน.** กรุงเทพมหานคร : วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ทิพวรรณ ช่างนาวา. 2547. **พฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2553ก. **สัดส่วนสินเชื่อและจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดตรัง.**[ออนไลน์]. URL:<http://www.bot.or.th> / [สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2553]
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2553ข. **เงินฝากและสินเชื่อของสาขาธนาคารพาณิชย์แยกตามวัตถุประสงค์ในจังหวัดตรัง.**[ออนไลน์]. URL:<http://www.bot.or.th> / [สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2553]
- นิกร สิมะสถิตย์ชัย. 2540. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้สินเชื่อเพื่ออุปโภคบริโภคของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. 2549. **คู่มือการเงินการธนาคาร.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ วชิรการ
- พรณทิพย์ จำปาเทศ. 2549. **คุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาวังน้ำเย็น.** กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภิเชก ชัยนิรันดร์. 2544. การบริหารสินเชื่อ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สายธาร.
- มนูญ แสงผดุง. 2550. การศึกษาปัญหา และกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อบุคคล ธนาคาร
กรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร :
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- รุ่งนภา รุ่งอนันต์ตระกูล. 2546. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ
ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศรีสุข อาษา. 2550. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคจากสถาบันการเงินของ
ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระศิลปศา
สตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล. 2552. เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชาวิธีวิจัยทางธุรกิจเกษตร.
หลักสูตรปริญญาโท สาขาธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานสถิติ จังหวัดตรัง. 2552. ภาระหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนของจังหวัดตรัง. เอกสาร
ประกอบงานวิจัยของสำนักงานสถิติ จังหวัดตรัง.
- อภิชาติ บุญรักษ์. 2551. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ
เพื่อธุรกิจ กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาพังงา. ภูเก็ต:ภาค
นิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย : การใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
จังหวัดตรัง

ชุดที่.....

วันที่สัมภาษณ์.....

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยสำหรับจัดทำสารนิพนธ์ (Minor Thesis) สำหรับหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย และเพื่อประโยชน์ต่อการวิจัยถึงการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ผู้ดำเนินการวิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามบนความเป็นจริงและโดยอิสระ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ได้ให้ความอนุเคราะห์

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการในอนาคต ในการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อหรือเติมข้อความที่เป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง/หม้าย

4. จำนวนบุตร คน

5. จำนวนบุตรที่กำลังศึกษา.....คน

6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน คน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)
7. ระดับการศึกษา
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. ประถมศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า | <input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า |
| <input type="checkbox"/> 5. สูงกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... |
8. อาชีพหลัก
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> 3. เกษตรกร | <input type="checkbox"/> 4. รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> 5. เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ | <input type="checkbox"/> 6. แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (ระบุ)..... | |
9. อาชีพเสริม(ถ้ามี) (ระบุ).....
10. รายได้โดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน(รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม).....บาท
11. รายได้โดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน (รายได้รวมของสมาชิกในครอบครัว)
.....บาท
12. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน(ค่าใช้จ่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม).....
บาท
13. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน(ค่าใช้จ่ายรวมของสมาชิกในครอบครัว)
.....บาท
14. ท่านมีภาระหนี้สินทั้งหมดจากทุกแหล่งโดยประมาณ.....บาท
15. ครัวเรือนของท่านมีภาระหนี้สินทั้งหมดจากทุกแหล่งโดยประมาณ.....บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค

1. ท่านรับรู้ข่าวสารการให้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์จากสื่อแหล่งใดบ้าง
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 2. หนังสือพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> 3. วิทยุ | <input type="checkbox"/> 4. อินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> 5. ประกาศจากธนาคาร | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... |
2. จากข้อ 1. สื่อต่างๆ ทำให้ท่านทราบข่าวสารการให้บริการของธนาคารพาณิชย์อยู่ในระดับใด
- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. มากที่สุด | <input type="checkbox"/> 2. มาก |
| <input type="checkbox"/> 3. ปานกลาง | <input type="checkbox"/> 4. น้อย |
| <input type="checkbox"/> 5. น้อยที่สุด | |

3. ปัจจุบันท่านใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคกับธนาคารพาณิชย์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ธนาคารกสิกรไทย
- 2. ธนาคารกรุงเทพ
- 3. ธนาคารกรุงไทย
- 4. ธนาคารไทยพาณิชย์
- 5. ธนาคารทหารไทย
- 6. ธนาคารนครหลวงไทย
- 7. ธนาคารชนชาติ
- 8. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- 9. อื่นๆ (ระบุ).....

4. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคกับธนาคารพาณิชย์จากข้อ 3.

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. การให้บริการที่ดี
- 2. ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการ
- 3. ให้วงเงินสูง
- 4. ขั้นตอนการขอสะดวก ไม่ยุ่งยาก
- 5. ดอกเบี้ยต่ำ
- 6. ใช้ระยะเวลาการขोन้อย
- 7. ระยะเวลาผ่อนนาน
- 8. ธนาคารมีสาขาให้บริการมาก
- 9. อื่นๆ (ระบุ).....

5. ธุรกิจที่ท่านใช้บริการธนาคารพาณิชย์สำหรับสินเชื่อเพื่อการบริโภค

- 1. ติดต่อขอสินเชื่อเพื่อการบริโภค
- 2. ชำระหนี้สิน
- 3. เบิก/ถอนเงินจากวงเงินสินเชื่อ
- 4. ขอคำแนะนำ/สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อ
- 5. อื่นๆ (ระบุ).....

6. ความถี่ในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์สำหรับสินเชื่อเพื่อการบริโภค

- 1. 1-5 ครั้งต่อเดือน
- 2. 6-10 ครั้งต่อเดือน
- 3. มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน

7. วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อการบริโภค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย (โปรดระบุประเภทที่อยู่อาศัย)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> บ้านเดี่ยว | <input type="checkbox"/> ตึกแถว/อาคารพาณิชย์ |
| <input type="checkbox"/> ทาวน์เฮ้าส์ | <input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม |
| <input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนต์/แฟต | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |
2. เพื่อซื้อยานพาหนะ (โปรดระบุประเภทยานพาหนะ)
- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> รถจักรยาน | <input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์ |
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |
3. เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อาหาร เสื้อผ้า อุปกรณ์หรือเครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น
4. เพื่อเป็นเงินสำรองฉุกเฉิน
5. เพื่อชำระหนี้ส่วนตัวบุคคล/ครัวเรือน
6. อื่นๆ (ระบุ).....

8. วงเงินสินเชื่อเพื่อการบริโภคโดยประมาณที่ท่านได้รับจากธนาคารพาณิชย์ทั้งหมดในปัจจุบันมีจำนวน.....บาท

9. วงเงินสินเชื่อเพื่อการบริโภคที่ท่านได้รับจากธนาคารพาณิชย์เพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

1. เพียงพอ
2. ไม่เพียงพอ เนื่องจาก (ระบุเหตุผล)
- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่ได้รับวงเงินตามที่ขอ |
| <input type="checkbox"/> การบริโภคเกินกว่างบประมาณที่วางแผนไว้ |
| <input type="checkbox"/> เหตุผลอื่นๆ (ระบุ)..... |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการ
บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค	ระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1.ผลิตภัณฑ์/บริการตรงตามความต้องการ					
2.ผลิตภัณฑ์/บริการมีความหลากหลาย					
3.ขั้นตอนการสมัครง่าย สะดวก					
4.การอนุมัติรวดเร็ว					
5.พนักงานให้บริการดี					
6.เชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร					
7.อนุมัติวงเงินตามที่ต้องการ					
8.ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนาน					
9.มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการอยู่เสมอ					
ด้านราคา					
1.อัตราดอกเบี้ยต่ำ					
2.อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆต่ำ					
ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย					
1.ธนาคารมีสาขามาก สะดวกในการใช้					
2.ทำเลที่ตั้งธนาคารเหมาะสมที่จอดรถสะดวก					
3.มีระบบรักษาความปลอดภัยดีเยี่ยม					
4.มีการขยายระยะเวลาการให้บริการได้มาก					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อ
การบริโภค (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค	ระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆกระตุ้นการรับรู้					
2. มีการให้ข่าวสารการให้บริการที่ครบถ้วน และทันสมัย					
3. มีการแจกของขวัญ ของรางวัลในโอกาส ต่างๆ					

ปัจจัยด้านการตลาดอื่นๆ

(ระบุ).....
.....
.....

ส่วนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการในอนาคต ในการใช้บริการสินเชื่อธนาคาร
พาณิชย์เพื่อการบริโภค

1. ท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์หรือไม่

1. มี (โปรดระบุปัญหา)

2. ไม่มี

ปัญหาที่พบ คือ
.....
.....
.....
.....

2. ในอนาคตท่านมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคกับธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภค
หรือไม่

1. มี

2. ไม่มี (กรุณาตอบคำถามในข้อ 6.)

3. จากข้อ 2. หากท่านมีแผนใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคในอนาคต จะใช้เพื่อวัตถุประสงค์ข้อใดมากที่สุด

1. เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย 2. เพื่อซื้อยานพาหนะ
 3. เพื่อสำรองยามฉุกเฉิน 4. เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
 5. เพื่อชำระหนี้สินส่วนบุคคล 6. อื่นๆ (ระบุ).....

4. จากข้อ 2. ท่านจะใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคกับธนาคารพาณิชย์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ธนาคารกสิกรไทย
 2. ธนาคารกรุงเทพ
 3. ธนาคารกรุงไทย
 4. ธนาคารไทยพาณิชย์
 5. ธนาคารทหารไทย
 6. ธนาคารนครหลวงไทย
 7. ธนาคารชนชาติ
 8. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
 9. อื่นๆ (ระบุ).....

5. จากข้อ 4. เพราะเหตุใดท่านจึงจะเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการบริโภคกับธนาคารพาณิชย์

1. การให้บริการที่ดี
 2. ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการ
 3. ให้วงเงินสูง
 4. ขั้นตอนการขอสะดวก ไม่ยุ่งยาก
 5. ดอกเบี้ยต่ำ
 6. ใช้ระยะเวลาการขोन้อย
 7. ระยะเวลาผ่อนนาน
 8. ธนาคารมีสาขาให้บริการมาก
 9. อื่นๆ (ระบุ).....

6. ท่านมีข้อเสนอแนะในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์เพื่อการบริโภคอย่างไร

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

นางสาวธิดารัตน์ จิตขจรไพศาล

วุฒิการศึกษา

วุฒิ

ชื่อสถาบันการศึกษา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

บริหารธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปี พ.ศ. 2548

ตำแหน่งงานและสถานที่ทำงาน

พ.ศ.2548 - 2550

เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (มหาชน)
สาขากระบี่

พ.ศ.2551

เจ้าหน้าที่บริการธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (มหาชน)
สาขาหาดใหญ่

พ.ศ.2552 - ปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์งานขายลูกค้าผู้ประกอบการ
บมจ.ธนาคารกสิกรไทย (มหาชน)