

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

ผู้เขียน

นางสาวจิรจิตกาล พรหมสิทธิ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

ประธานกรรมการ

รศ.สุวรรรัตน์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

รศ.ร่าพึ่ง เวชยันต์วุฒิ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร และ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ที่เข้ามาใช้บริการตามห้างสรรพสินค้า และร้านค้า จำนวน 4 แห่ง ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมดจำนวน 300 ราย ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การทดสอบไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา โดยใช้การทดสอบไคสแควร์นั้นพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างได้แก่ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทการสมัครสินเชื่อ ประเภทสินค้า ราคาสินค้า อัตราดอกเบี้ย

จำนวนงวด และสาเหตุในการเลือกใช้บริการ พบว่ารายได้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับอุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ขณะที่การวิเคราะห์โดยวิธีการถดถอยแบบพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีผลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง คือ รายได้ และ ราคาสินค้า

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ราคาที่มีอิทธิพลมากที่สุดคืออัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ โปรโมชันพิเศษจากทางผู้ผลิต ปัจจัยด้านสถานที่ บุคลากร และ กระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการสินเชื่อ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นในสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร

ผลการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระที่สูง เป็นปัญหาอันดับหนึ่ง รองลงมาคือปัญหาความยุ่งยากทางด้านเอกสารประกอบการพิจารณา ปัญหาหลักเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อที่เข้มงวดและ ปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title A Study of Factors Affecting the Demand for Non-bank Installment Loan Credit :A Case Study in Mueang District, Lampang Province

Author Ms. Jiratthitikan Promsit

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof Dr. Venus Rauechai Chairperson

Assoc. Prof. Suwarat Gypmantasiri Member

Assoc. Prof. Rampueng Wetchayanwut Member

ABSTRACT

This study has three objectives,(1) to study what are the factors affecting the demand for Non-bank Installment Loan Credit in Mueang District, Lampang Province, (2) to study what are marketing factors influencing the choice of credit used, and (3) to study problems and obstacles involved in the use of such credit.

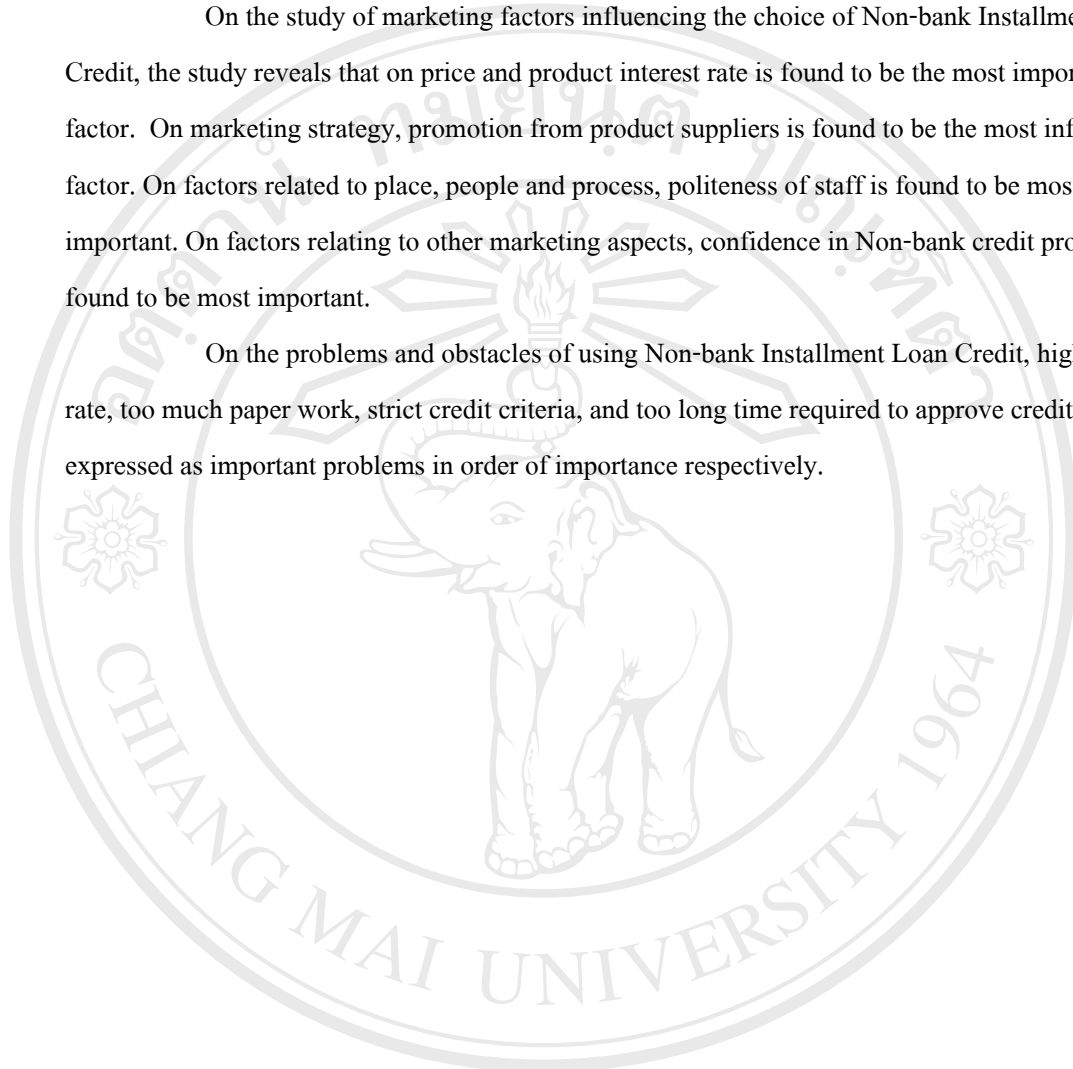
Data used in this study are obtained from interviewing customers who used installment loan services from non-bank credit providers at four department stores in Mueang District, Lampang Province. A total of 300 customers were selected by accidental sampling method. Chi-square test and multiple regression analysis are used in analyzing data.

The results of the study using Chi-square test show that factors which are found to affect the demand for Non-bank Installment Loan Credit are age, marriage status, level of education, occupation, income, customer's type of application, product type, price of product to be purchased, installment term, and reason for applying for installment loan. Income is found to be the factor mostly correlated to the demand for Non-bank Installment Loan Credit. While using multiple

regression method, the results of the study show that factors which are statistical significance to affect the demand for Non-bank Installment Loan Credit are income and product price.

On the study of marketing factors influencing the choice of Non-bank Installment Loan Credit, the study reveals that on price and product interest rate is found to be the most important factor. On marketing strategy, promotion from product suppliers is found to be the most influencing factor. On factors related to place, people and process, politeness of staff is found to be most important. On factors relating to other marketing aspects, confidence in Non-bank credit provider is found to be most important.

On the problems and obstacles of using Non-bank Installment Loan Credit, high interest rate, too much paper work, strict credit criteria, and too long time required to approve credit, are expressed as important problems in order of importance respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved