

แนวความคิดและทฤษฎีในการวิจัย

แนวความคิดและทฤษฎี

ในการวิจัยนี้มุ่งประเด็นศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าสินค้าเชื่อ ที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ ดังนี้

พฤติกรรมมนุษย์ หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการแสดงออกเป็นการกระทำดังกล่าวนี้ จะมีกระบวนการของสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกำกับอยู่จากภายในตัวบุคคลนั้น ๆ เสมอ^๑

พฤติกรรมมนุษย์จะเป็น ไปโดยมีข้อสมมติฐาน 3 ประการที่สัมพันธ์กันอยู่ คือ

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้โดยมี **สาเหตุ** มาทำให้เกิด
2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้โดยมี **แรงกระตุ้น** มากกระตุ้นให้เกิด
3. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้โดยมี **จุดมุ่งหมาย** เสมอ

สิ่งที่เบ็นสาเหตุ แรงกระตุ้น และจุดมุ่งหมายของพฤติกรรมผู้บริโภครวม เรียกรวม ๆ กันว่า "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค"^๒

Harold J. Leavitt : (2527) ได้กล่าวว่า ความเหมือนและความแตกต่างกันของมนุษย์นี้เองที่เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ทำให้ลักษณะทางตัวบุคคล ทั้งทางด้านสรีระและจิตใจรวมทั้งด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความต้องการและพฤติกรรมที่แสดงออกมามีรูปแบบที่ต่างกันอย่างออกไป Leavitt ได้สรุปสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมอันเป็นพื้นฐานมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. **สาเหตุ (Causality)** กล่าวคือ พฤติกรรมของมนุษย์ต้องมีสาเหตุทำให้เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะเกิดจากสาเหตุของสิ่งแวดล้อม (Environment) หรือ กรรมพันธุ์ (Heredity) หรือที่เรียกว่าอิทธิพลภายนอกและภายในร่างกายนั่นเอง

^๑ ธงชัย สันติวงศ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด, พิมพ์ครั้งที่ 5, 2533), หน้า 278

^๒ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, การบริหารการตลาด (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, พิมพ์ครั้งที่ 2, 2527), หน้า 145-146

2. **สิ่งเร้า (Drive Impulse)** กล่าวคือ การที่มนุษย์มีพฤติกรรมมุ่งในทางใดทางหนึ่งอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าหรือพฤติกรรมนั้นถูกแรงเร้าให้เกิดขึ้น เช่น แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการ หรือความจำเป็นของร่างกาย

3. **การมุ่งเป้าหมาย (Goal Directedness)** กล่าวคือ พฤติกรรมของมนุษย์ไม่เพียงแต่มีสาเหตุและสิ่งเร้าทำให้เกิดเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปสู่เป้าหมาย (Behavior is Goal Directed) ในสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อบรรเทาสิ่งเร้า ในที่สุดจะลดความตึงเครียด และลดความต้องการต่าง ๆ¹⁰

การวางแผนในเรื่อง การบริการของธนาคารที่จะเสนอ ให้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องพัฒนาและขยายสาขาของการบริการให้มากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยพิจารณาถึงบริการของธนาคารที่อยู่ในข่ายของการแข่งขันเป็นเกณฑ์ นโยบายเกี่ยวกับช่องทางการเสนอบริการ เนื่องจากธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันค่อนข้างมาก ฉะนั้น การให้บริการหลายประเภทและการเข้าถึงลูกค้าในชุมชนต่าง ๆ เป็นสิ่ง สำคัญมาก การขยายสาขาในท้องถิ่นที่เห็นว่ามีธุรกิจมากพอ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธนาคารพาณิชย์ทุกแห่ง¹¹

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้เฉพาะส่วนประสมการตลาดนั้นไม่เพียงพอ เครื่องมือที่จำเป็นต้องใช้เพิ่มเติม คือคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) สิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1. **การเข้าถึงลูกค้า (Access)** บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ แก่ลูกค้า คือไม่ให้ต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2. **การติดต่อสื่อสาร (Communication)** มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

¹⁰ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, พฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, พิมพ์ครั้งที่ 5, 2531), หน้า 74

¹¹ สุมนา อยู่โพธิ์, ตลาดบริการ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525), หน้า 178

3. ความสามารถ (Competence) บุคคลากรที่ให้บริการมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจได้ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและ ถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว¹²

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาลูกค้าสินเชื่อของธนาคารในแต่ละอาชีพมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างไร อะไรเป็นสาเหตุที่มารับบริการ และวัตถุประสงค์การกู้ ระยะเวลาการกู้ วงเงินกู้ เหตุผลในการกู้ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

¹² ศิริวรรณ เสรีรัตน์, กลยุทธ์การตลาด (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2534), หน้า 145

ข้อสมมติฐานของการวิจัย

- H_1 พฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อในการใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์แตกต่าง
- H_2 ปัญหาที่พบมากที่สุดของลูกค้าสินเชื่อในการใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้แก่ วงเงินที่อนุมัติมีจำนวนน้อย
- H_3 การค้างชำระหนี้ของลูกค้าสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ขึ้นอยู่กับ การใช้เงินผิดประเภท

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของลูกค้าสินเชื่อที่มาใช้บริการเงินกู้ในด้านวัตถุประสงค์การกู้ วงเงินกู้ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้และ เหตุผลในการกู้

-วัตถุประสงค์ในการกู้ หมายถึง การที่ลูกค้าสินเชื่อนำเงินไปใช้จ่ายตามประเภทการกู้ คือ

1. เพื่อซื้อที่ดิน
2. เพื่อซื้อที่ดินและอาคาร
3. เพื่อปลูกสร้างอาคาร
4. เพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน
5. เพื่อซื้ออาคารชุด

-เหตุผลในการกู้ หมายถึง สิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการเงินกู้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์

-วงเงินกู้ หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้ามายื่นขอสินเชื่อจากธนาคารอาคารสงเคราะห์

-ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ หมายถึง ระยะเวลาที่ลูกค้าผ่อนชำระเงินกู้กับ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ลูกค้าสินเชื่อ หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ ข้าราชการ พนักงานบริษัทและลูกจ้างเจ้าของกิจการ

บริการของธนาคาร หมายถึง การบริการด้านเงินกู้ ด้านอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสาร

-บริการเงินกู้ หมายถึง บริการเงินกู้ด้านที่อยู่อาศัยตามประเภทการกู้คือ

- เพื่อซื้อที่ดิน
- เพื่อซื้อที่ดินและอาคาร
- เพื่อปลูกสร้างอาคาร
- เพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน
- เพื่อซื้ออาคารชุด

-ด้านอำนวยความสะดวก หมายถึง บริการของพนักงาน สถานที่ติดต่อ ที่จอดรถ

-ด้านข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การให้รายละเอียดในการกู้เงิน

ปัญหา หมายถึง ปัจจัยที่ลูกค้าไม่พึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร
อาคารสงเคราะห์ได้แก่

- ธนาคารอนุมัติวงเงินสินเชื่อน้อยเกินไป
- พนักงานบริการ ไม่สุภาพ
- การบริการไม่รวดเร็ว เนื่องจากจำนวนพนักงานมีน้อยต้องรอคิวนาน
- ระยะเวลาการอนุมัติสินเชื่อ ใช้เวลานาน
- ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น
- การขอเพิ่มวงเงินกู้ทำได้ยาก
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง
- ใช้หลักฐานในการยื่นขอสินเชื่อมาก
- อัตราค่าประเมินราคาแพงกว่าที่อื่น
- สถานที่จอดรถคับแคบ
- ธนาคารไม่มีสาขาในตัวเมืองทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อ
- มีอัตราค่าธรรมเนียมสูง
- สถานที่ติดต่อคับแคบ
- ไม่มีบริการ ติดต่อกับ-สอบถาม
- ไม่เข้าใจวิธีผ่อนชำระ
- ได้รับเอกสารจากธนาคารล่าช้า
- เครื่องคอมพิวเตอร์ช้าของบ่อย
- เครื่องคอมพิวเตอร์มีน้อยไม่พอบริการ
- ธนาคารตั้งอยู่ไกลตัวเมือง

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ หมายถึง ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขา เชียงใหม่ เป็นสถาบันการเงินเพื่อที่อยู่อาศัย มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือทางการเงินแก่ ประชาชนที่มีรายได้น้อยและปานกลาง ให้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

วงเงินอนุมัติ หมายถึง วงเงินสูงสุดที่ธนาคารยอมให้ลูกค้าของสินเชื่อได้

การค้างชำระหนี้ หมายถึง การที่ลูกค้าไม่ผ่อนชำระเงินงวดกับธนาคารฯ

การใช้จ่ายผิดประเภท หมายถึง การที่ลูกค้านำเงินไปใช้จ่ายอย่างอื่นโดยไม่ นำมาผ่อนชำระหนี้ที่ทำไว้กับทางธนาคารอาคารสงเคราะห์

บททวนวรรณกรรม

ในการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขา เชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสรุปได้ดังนี้ การศึกษาทางด้านข้อมูลทั่วไป จากรายงานประจำปี ธนาคารอาคารสงเคราะห์ : (2534) พบว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ ที่มีความชำนาญ ในด้านการให้บริการกู้เงินเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นพิเศษ โดยคิดอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าของสถาบัน การเงินทั่วไป ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีการให้บริการเงินกู้รายย่อยเพื่อที่อยู่อาศัยเป็น บริการเงินกู้ที่สำคัญที่สุด ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยแยกตามวัตถุประสงค์การ กู้ ดังนี้

1. เพื่อปลูกสร้าง ต่อเติม หรือซ่อมแซมอาคาร
2. เพื่อซื้อที่ดินและอาคาร
3. เพื่อซื้อที่ดินขนาดแปลงย่อยเพื่อปลูกสร้างบ้านในอนาคต
4. เพื่อซื้อห้องชุด
5. เพื่อชำระหนี้เกี่ยวพันกับที่อยู่อาศัย
6. เพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงินอื่น ๆ

โดย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จะให้กู้ไม่เกินร้อยละ 80 ของราคาประเมิน ที่ดินและห้องชุด หรือไม่เกินร้อยละ 100 ของราคาประเมินเฉพาะอาคาร วงเงินให้กู้ไม่ เกิน 4 ล้านบาท ระยะเวลา 25 ปี สำหรับการซื้อที่ดินเปล่าให้กู้ไม่เกิน ร้อยละ 70

ของราคาประเมิน และวงเงินให้กู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท ปัจจุบันธนาคารอาคารสงเคราะห์ คิดอัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 10.50 - 11.75 ต่อปี ทั้งนี้ผู้กู้สามารถติดต่อขอกู้ได้ที่สำนักงานใหญ่หรือทุกสาขาของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ในปี 2534 มีผู้ขอรับบริการจากธนาคารฯ จำนวนทั้งสิ้น 44,316 ราย วงเงินที่ขอกู้ทั้งสิ้น 23,622 ล้านบาท และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้อนุมัติเงินให้กู้กับลูกค้าได้จำนวนทั้งสิ้น 42,079 ราย คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 19,586 ล้านบาท มีรายละเอียดดังนี้

การให้สินเชื่อแก่ผู้ต้องการที่อยู่อาศัยรายย่อย ในปี 2534 จำนวนผู้ได้รับบริการกู้เงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยรายย่อยมีจำนวนทั้งสิ้น 42,023 ราย ทากแยกประเภทตามวัตถุประสงค์การกู้แล้วการให้กู้เพื่อซื้อห้องชุดมีจำนวนสูงขึ้นเป็นจำนวนมาก จากจำนวน 3,035 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 9,274 รายในปี 2534 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 3 เท่าตัว ทั้งนี้เนื่องจากที่อยู่อาศัยอาคารชุดได้เป็นที่ต้องการของผู้อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะห้องชุดสำหรับผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง ในภาวะที่ราคาที่ดินและค่าก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งการให้กู้ตามโครงการสวัสดิการที่ส่วนราชการหรือธุรกิจเอกชน เป็นผู้หักเงินเดือนของผู้กู้ส่งชำระหนี้ให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นรายเดือนและธนาคารอาคารสงเคราะห์ จะคิดอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าลูกค้าทั่วไป มีจำนวนรายผู้ได้รับบริการกู้เงินเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากมีจำนวนหน่วยงานที่มาทำข้อตกลงกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในปี 2534 เป็นจำนวนถึง 97 หน่วย

จำนวนผู้มาขอรับบริการกู้เงินรายย่อยจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างหน่วยงานเอกชน สำหรับวงเงินที่ขอกู้ประมาณ 1 ใน 3 ของผู้ขอกู้ทั้งหมด จะไม่เกิน 200,000 บาท ระยะเวลาขอกู้ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในช่วง 11-15 ปี ถึงแม้ว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จะได้ขยายระยะเวลาให้กู้ได้สูงสุดเป็น 25 ปีก็ตาม และในจำนวนผู้ได้รับบริการ 42,023 ราย วงเงินที่ให้กู้ทั้งสิ้น 17,681 ล้านบาท ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยที่มี วงเงินกู้ไม่เกิน 750,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 87 ของจำนวนผู้กู้ทั้งหมด การศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ ในด้าน วัตถุประสงค์ในการกู้ วงเงินกู้ ระยะเวลาในการกู้ การอนุมัติเงินให้กู้ และ ลักษณะของกลุ่มลูกค้า

การศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคาร ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ของสันติ สิริระรังสฤษฎ์และคณะ¹³ สรุปผลงานวิจัยได้ว่า ธนาคารที่มีผู้มาใช้บ่อยที่สุดมีดังนี้

1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	32.0 %
2. ธนาคารไทยพาณิชย์	17.0 %
3. ธนาคารกสิกรไทย	16.5 %
4. ธนาคารกรุงไทย	9.8 %
5. ธนาคารทหารไทย	8.0 %
6. ธนาคารออมสิน	4.8 %
7. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	4.0 %
8. ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ	1.3 %
9. ธนาคารศรีนคร	1.3 %
10. ธนาคารเอเซีย	1.3 %
11. ธนาคารสหธนาคาร	1.3 %
12. ธนาคารไทยทุน	1.0 %
13. ธนาคารนครธน	1.0 %
14. ธนาคารนครหลวงไทย	0.3 %
15. ธนาคารแหลมทอง	0.3 %
16. ธนาคารมหานคร	-

เหตุผลที่ใช้บริการธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารใกล้บ้าน สะดวกในการมาติดต่อ มากที่สุด เหตุผลรองลงมาคือ การจ่ายเงินเดือนของบริษัทผ่านเข้าธนาคารและพนักงานบริการดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยในการเลือกใช้บริการนั้น ผู้ใช้บริการจะมองถึงความสะดวกสบายเป็นหลักสำคัญ ด้านการใช้บริการของธนาคารกลุ่มผู้บริหรณานิยมใช้บริการด้านเงินฝาก มากที่สุด รองลงมา ด้านสินเชื่อและด้านต่างประเทศ ในด้านสินเชื่อของธนาคารนิยมใช้บริการประเภทเงินฝากเกินบัญชี มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กู้ยืมมีกำหนด และ กู้เพื่อที่อยู่อาศัย ด้านความคิดเห็นที่มีต่อธนาคารที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการชอบใช้บริการ

¹³ สันติ สิริระรังสฤษฎ์และคณะ, พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์

ของธนาคารกรุงเทพ มากที่สุด โดยให้เหตุผลว่ามาจากชอบด้านบริการมากที่สุด รองลงมาคือสาขามีมากและธนาคารอยู่ใกล้บ้าน ความคิดเห็นต่อบริการของธนาคารที่ใช้บริการอยู่ ผู้ใช้บริการชอบใช้ธนาคารที่มีพนักงานสุภาพ มากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกรวดเร็ว การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคาร ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลมาใช้เปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากศึกษาในเรื่อง เหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการของธนาคารกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

การศึกษาด้านการกระจายสินเชื่อของธนาคาร ได้ศึกษาเรื่องการกระจายสินเชื่อ โดยธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่¹⁴ ของ พิกุล โค้วสุวรรณ พบว่าธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มที่จะให้สินเชื่อแก่ลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้ารายย่อย และการวิจัยเรื่อง บทบาทของธนาคารพาณิชย์ในการกระจายสินเชื่อและพัฒนาเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาจังหวัดภาคเหนือตอนบน¹⁵ ของ เอนก นิยมลรัตนและคณะ พบว่าการกระจายสินเชื่อ โดยธนาคารพาณิชย์ทั้งในเขตอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกของแต่ละจังหวัดส่วนใหญ่จะไม่เท่าเทียมกัน และสินเชื่อมีการกระจุกตัวอยู่กับลูกค้ารายใหญ่ในสัดส่วนที่มากกว่าลูกค้ารายย่อย ได้รับ ธนาคารเน้นการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าในเขตอำเภอเมืองมากกว่าลูกค้าในเขตอำเภอรอบนอก การศึกษาด้านการกระจายสินเชื่อของธนาคาร ในการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสามารถใช้เป็นแนวทางศึกษาประเภทลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์

¹⁴ พิกุล โค้วสุวรรณ , การกระจายสินเชื่อโดยธนาคารพาณิชย์ : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่, วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2531.

¹⁵ เอนก นิยมลรัตนและคณะ, บทบาทของธนาคารพาณิชย์ในการกระจายสินเชื่อและพัฒนาเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาจังหวัดภาคเหนือตอนบน, รายงานการวิจัยคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2532.