

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำแนวคิดตลอดจนทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาอ้างอิงเพื่อประกอบการค้นคว้า ดังนี้

#### 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีมาใช้ในการศึกษาดังนี้

**2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)** เดช กาญจนางกูร (2539) ได้กล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์ได้ดังนี้

“อุปสงค์” เป็นคำที่มีความหมายเหมือนกันหลายคำ เช่นปริมาณการซื้อ และการเสนอซื้อ หมายถึง อุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ (Effective demand) คือเป็นอุปสงค์ที่มีการซื้อขายเกิดขึ้นแล้วจริงๆ เนื่องจากผู้บริโภคมีความปรารถนาที่จะบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดแล้วผู้บริโภคจะต้องมีความสามารถและความเต็มใจที่จะซื้อหา

ฉะนั้น อุปสงค์หมายถึง จำนวนสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคต้องมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อ และเต็มใจซื้อสินค้าและบริการนั้น ปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อต้องการซื้อสินค้าและบริการเป็นจำนวนเท่าไร มีหลายประการ ดังสมการอุปสงค์ คือ

$$Q_x = f(P_x, Y, P_y, T, E, \dots)$$

โดยที่  $Q_x$  = อุปสงค์หรือปริมาณสินค้าที่ต้องการ  $x$

$P_x$  = ระดับราคาของสินค้า  $x$

$Y$  = รายได้ของผู้บริโภค

$P_y$  = ระดับราคาของสินค้า  $Y$

$T$  = การคาดคะเนราคาของสินค้าในอนาคต

จากสมการสามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงตามดังนี้

- อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการ จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ตรงข้ามกับระดับราคาสินค้าและบริการกล่าวคือ ถ้าระดับราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นมีผลทำให้อุปสงค์ลดลง หรือถ้าระดับราคาสินค้าและบริการลดลง มีผลทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น จึงเรียกว่า “กฎของอุปสงค์” (Law of Demand)
- อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการ จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ หรืออาจเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงข้ามกับระดับรายได้ คือระดับรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นมีผลทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้นเรียกว่า สินค้านั้นเป็นสินค้าปกติ แต่ในกรณีที่ระดับรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น แต่มีผลทำให้อุปสงค์ลดลง เรียกว่าสินค้าและบริการนั้นเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ
- อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการ จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันหรือเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับราคาสินค้าชนิดอื่น โดยปกติเมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้นลดลง และหันไปซื้อสินค้าชนิดอื่นทดแทนได้ เรียกว่า เป็นสินค้าทดแทนกัน แต่ในกรณีที่ระดับราคาสินค้าชนิดอื่นๆ เพิ่มขึ้นมีผลทำให้อุปสงค์ลดลงเรียกสินค้านั้นว่าเป็นสินค้าใช้ร่วมกัน
- อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการจะเปลี่ยนแปลงเนื่องจากปัจจัยอื่นๆ เช่นการคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต หรือรสนิยม ระดับการศึกษา ฯลฯ

### 2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Woodruff Helen (1995) ได้มีการนำเสนอส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจเพิ่มจาก (4P) เป็น (7P) ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งเสนอทางกายภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือเป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งที่ตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งแต่ละต้องได้และแต่ละต้องไม่ได้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ เป็นต้น

2. ราคา (Price) คือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ในการกำหนดราคา

3. การจัดจำหน่าย (Place) คือกิจกรรมนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะสถานที่จำหน่ายอย่างเดียว แต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผ่านคนกลางต่างๆ อย่างไรและมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไรส่วนประสมในการจัดจำหน่าย (Distribution Mix) ประกอบด้วย

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) คือกลุ่มของสถาบันหรือบุคคลที่ทำหน้าที่หรือกิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค
- การกระจายตัวสินค้า (Physical distribution) คือกิจกรรมทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การส่งเสริมการตลาดอาจทำได้ 4 แบบ ด้วยกัน ซึ่งเรียกว่าส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication mix) ประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น

4.2 ขายโดยใช้บุคคล (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าผู้มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยพนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของผู้ขาย

4.4 การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation)

- การให้ข่าว (Publicity) การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการแบบไม่ใช้บุคคล

- การประชาสัมพันธ์ (Public relation) เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์กรเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) คุณภาพในการบริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือผู้อื่น

ในการทำธุรกิจ พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย

7. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นขั้นตอนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้า ได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้าจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือความซับซ้อน(Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่นความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการสินเชื่อ ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ ขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้ ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงาน ได้เช่นการปรับเปลี่ยนเงินค่ามัดจำให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของลูกค้าหรือระยะเวลาในการกู้ให้เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้

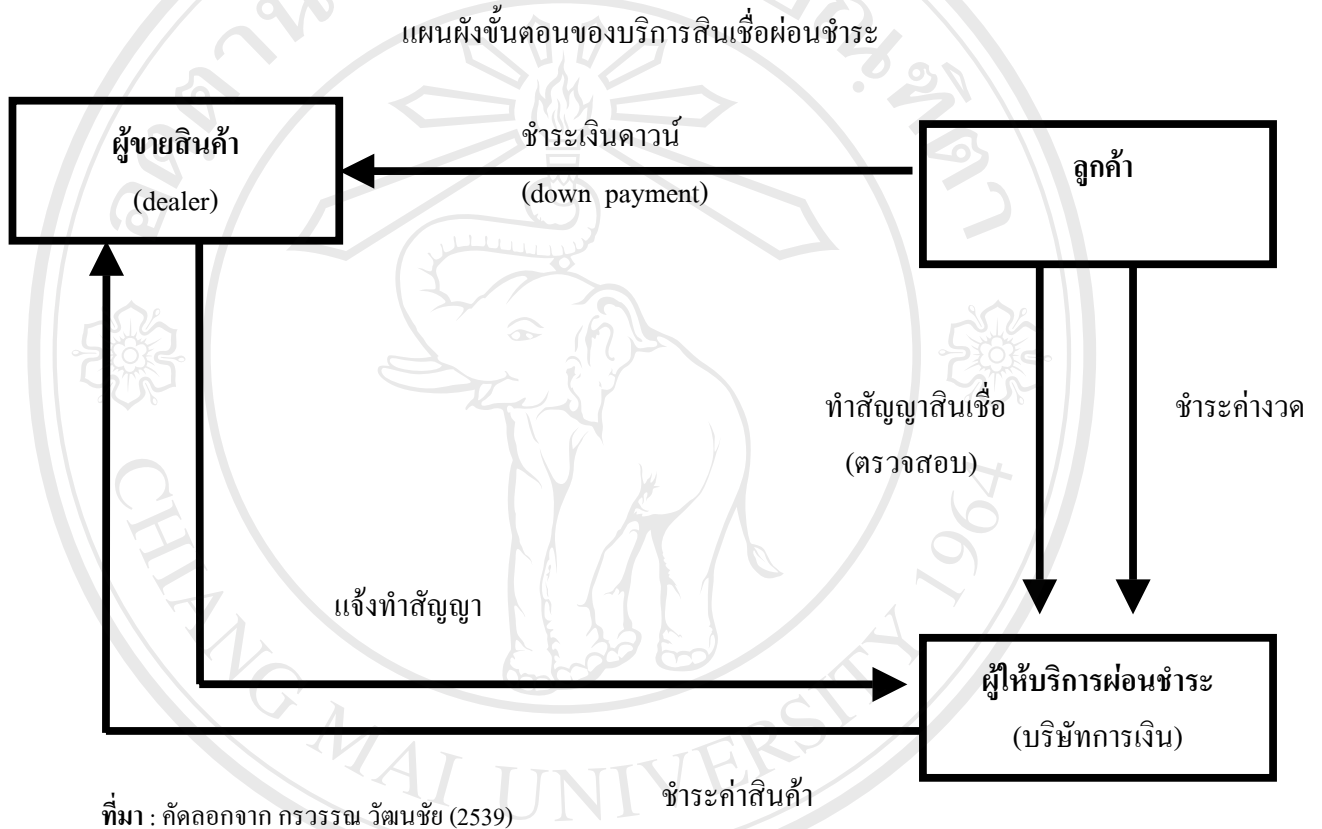
## 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจสินเชื่อผ่อนชำระ

สินเชื่อผ่อนชำระเริ่มนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในเชิงธุรกิจ เพราะสามารถสนองตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ (กรวรรณ วัฒนชัย, 2539 : 14-22) กล่าวคือ จำเป็นต้องหาวิธีผ่อนชำระราคา ซึ่งอาจกระทำได้ในรูปของสัญญาซื้อขายผ่อนส่ง ซึ่งสินเชื่อแบบผ่อนชำระนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือรูปแบบไม่ใช่สินเชื่อเช่าซื้อ และ รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งทั้งสองรูปแบบจะแตกต่างกันที่การตกลงเงื่อนไขการโอนกรรมสิทธิ์สินค้า โดยหากมิได้อยู่ในรูปแบบเช่าซื้อ มีข้อบกพร่องอยู่ตรงที่ว่าหากไม่มีการตกลงเงื่อนไขการโอนกรรมสิทธิ์ไว้เป็นอย่างอื่นแล้ว กรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นย่อมโอนไปยังผู้ซื้อทันที เจ้าของสินค้าอาจตกอยู่ในภาวะที่เสียเปรียบไม่มีอะไรจะต่อรองบังคับให้ผู้ผ่อนส่งชำระราคาจนครบได้ แต่ถ้าหากกระทำในรูปของสัญญาเช่าซื้อแล้วก็มีผลให้ผู้เช่าซื้อได้รับประโยชน์ คือได้รับสินค้าที่เช่าซื้อไปใช้ทันทีโดยที่เจ้าของสินค้าผู้ให้เช่าซื้อก็ยังมีส่วนประกันในการที่จะชำระราคา เพราะกรรมสิทธิ์ในสินค้า

การทำธุรกรรมสินเชื่อผ่อนชำระ เป็นแบบไม่เช่าซื้อ ประกอบไปด้วย บุคคลต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย คือ ลูกค้าหรือผู้ผ่อนชำระ (customer) ร้านค้าผู้จำหน่ายสินค้า (dealer) และบริษัทการเงิน (finance) (ขั้นตอนการเช่าซื้อ แสดงในแผนผังที่ 2.1)

## แผนผังที่ 2.1 ขั้นตอนของบริการสินเชื่อผ่อนชำระ



ขั้นตอนของการผ่อนสินค้าเริ่มจากลูกค้าเลือกสินค้าที่ต้องการและอาจชำระมูลค่าสินค้าบางส่วน (down payment) ให้แก่ผู้ขายสินค้า หลังจากนั้น ผู้ขายสินค้าจะแจ้งเพื่อทำสัญญากับบริษัททางการเงิน ขั้นตอนต่อมาสถาบันการเงินจะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าเพื่อตกลงทำสัญญา เมื่อทำสัญญาระหว่างสถาบันการเงินแล้ว สถาบันการเงินจะเป็น ผู้ชำระค่าสินค้าที่เหลือให้กับผู้ขายสินค้าสภาพหนี้จะตกอยู่กับลูกค้าทันที โดยที่เจ้าหนี้คือสถาบันการเงิน

### 2.2.2 ลักษณะและรายละเอียดของบริการสินเชื่อผ่อนชำระกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่

ธนาคาร

ในที่นี้กล่าวถึงสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารที่มีบทบาทและเป็นที่รู้จักในปัจจุบัน 4 แห่ง คือ อีซีบาย อีออน เฟิสท์ชอยส์ และ เซเทเล็ม (<http://ge.co.th/ThaiHTML/home/index.htm> ,12 กุมภาพันธ์ 2548)

### 1) สินค้าที่สามารถใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระได้

เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง อุปกรณ์ประดับยนต์ โทรศัพท์มือถือเครื่องดนตรี และ อุปกรณ์กีฬา

### 2) เงื่อนไขของการสมัครสำหรับสินค้าทั่วไป

1. อายุ 20 ปีขึ้นไป
2. มีรายได้สุทธิ 5,000 บาท ต่อเดือน สำหรับกรุงเทพฯ หรือ 4,000 บาท ขึ้นไป สำหรับ ต่างจังหวัด
3. มีอายุการทำงานปัจจุบัน 4 เดือนขึ้นไป
4. มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อได้ สะดวก (ที่บ้าน และที่ทำงาน)
5. ผู้สมัครต้องมีสัญชาติไทย

### 3) เอกสารที่ต้องใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อผ่อนชำระ

#### ก.กรณีสมัครใหม่

1. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน/บัตรประจำตัวข้าราชการ (ที่ยังไม่หมดอายุ) ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง
2. สำเนาทะเบียนบ้าน
3. หลักฐานรับรองรายได้ เช่น หนังสือรับรองเงินเดือน สำเนาใบเสียภาษีเงินได้ สลิปเงินเดือน หรือ ใบจดทะเบียนบริษัท (กรณีเป็นเจ้าของกิจการ)
4. สำเนาหน้าแรกของบัญชีเงินฝาก และรายการย้อนหลัง 3 เดือน
5. สำเนาเอกสารของกลุ่มสมรส (ในกรณีที่มีคู่สมรส)
6. กรณีประกอบธุรกิจส่วนบุคคล ใช้ใบจดทะเบียนการค้า หรือใบจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วน
7. กรณีประกอบอาชีพเกษตรกร ใช้สำเนาสมุดเงินฝากหรือโฉนดที่ดิน

**ข. กรณีใช้บัตรสมาชิกผ่อนสินค้า**

1. สำเนาบัตรประชาชน/บัตรประจำตัวข้าราชการ (ที่ยังไม่หมดอายุ) ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง
2. สำเนาบัตรสมาชิก

**ค. กรณีใช้บัตรเครดิตธนาคาร**

1. สำเนาบัตรประชาชน/บัตรประจำตัวข้าราชการ (ที่ยังไม่หมดอายุ) ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง
2. สำเนาบัตรเครดิต (ที่มีลายเซ็นด้านหลังบัตร) ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง (กรุณาเขียนระบุเลขที่บัตรให้ชัดเจนอีกครั้ง)
3. สำเนาสลิปที่ทำรายการผ่านเครื่อง EDC มูลค่าไม่ต่ำกว่า 100 บาท ที่มีอายุไม่เกิน 7 วันนับจากวันที่แสดงอยู่ในสลิป

**ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบความเร็วในการอนุมัติ**

วิธีการสมัคร	ลูกค้าสมัครใหม่	ลูกค้ามีบัตรสมาชิก	ลูกค้ามีบัตรเครดิตธนาคาร
ระยะเวลาการอนุมัติ	1-3 วัน	15 นาที	10 นาที ถึง 1 ชั่วโมง

ที่มา : <http://ge.co.th/ThaiHTML/home/index.htm> , 12 กุมภาพันธ์ 2548

**4) วิธีชำระค่าสินค้าแบบผ่อนนั้นสามารถชำระค่าสินค้านำรายเดือนตามวิธีดังต่อไปนี้**

1. หักบัญชีโอนอัตโนมัติ
2. ชำระผ่านทางธนาคาร
3. จ่ายเช็คล่วงหน้า
4. ชำระเงินสดที่จุดชำระเงินเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเคาน์เตอร์ธนาคาร

**5) อัตราดอกเบี้ย**

สำหรับสินค้าทั่วไป ราคา 3,000 บาท ขึ้นไปสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารจะใช้เงื่อนไขดอกเบี้ยที่เท่ากันคือ

- กรณีลูกค้าสมัครใหม่ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.5 ต่อเดือน
- กรณีลูกค้ามีบัตรสมาชิก อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.3 ต่อเดือน

การคำนวณดอกเบี้ย

ดอกเบี้ยรวม = ราคาสินค้า(รวม VAT แล้ว) X ดอกเบี้ย X จำนวนเดือน

ราคารวมดอกเบี้ย = ราคาสินค้า(รวม VAT แล้ว) + ดอกเบี้ยรวม

ยอดชำระรายเดือน = ราคาสินค้า / จำนวนเดือน

#### ตัวอย่าง

ราคาสินค้า 10,000 บาท ดอกเบี้ย 1.5% ต่อเดือน จำนวนเดือน 12 เดือน

ดอกเบี้ยรวม =  $10,000 \times 1.5\% \times 12 = 1,800$

ราคารวมดอกเบี้ย =  $10,000 + 1,800$

ชำระรายเดือน =  $11,800 / 12 = 983$

ฉะนั้นจะต้องชำระรายเดือน = 983 บาท

**2.2.3 ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยเรื่องการกำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับสำหรับบริษัทเงินทุน (<http://www.bot.or.th/fpics/Documents/FPG/2548/ThaiPDF/25480029.pdf> , 2548)**

#### 1) เหตุผลในการออกประกาศ

เพื่อเป็นการพิทักษ์รักษาประโยชน์ของประชาชน และเป็นการป้องกันปัญหาจากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดจนเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

#### 2) อำนาจตามกฎหมาย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 22 ตรี แห่งพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเออร์ พ.ศ.2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับสำหรับบริษัทเงินทุนตามที่กำหนดในประกาศฉบับนี้

#### 3) ขอบเขตการบังคับใช้

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับกับบริษัทเงินทุนตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจเงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเออร์ทุกบริษัทที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ

#### 4) เนื้อหา



#### 4.1 คำนิยาม

ในประกาศนี้ “สินเชื่อบุคคล” หมายความว่า การให้กู้ยืมเงิน การรับซื้อ ซื้อมรดก หรือรับช่วงซื้อมรดกตัวเงินหรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใดแก่บุคคลธรรมดาโดยมิได้ระบุวัตถุประสงค์ หรือ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการและไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการประกอบ ธุรกิจของตนเอง

“สินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ” หมายความว่า สินเชื่อบุคคลเฉพาะที่ไม่มี ทรัพย์สินหรือทรัพย์สินเป็นหลักประกัน และเพื่อประโยชน์แห่งประกาศฉบับนี้ ให้รวมถึงสินเชื่อที่เกิด จากการให้เช่าซื้อและการให้เช่าแบบลีสซิ่งในสินค้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจมิได้จำหน่ายเป็นทางการค้าปกติ ยกเว้นในสินค้าประเภทรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทั้งนี้ไม่รวมถึง สินเชื่อเพื่อการศึกษา สินเชื่อเพื่อ การเดินทางไปทำงานในต่างประเทศสินเชื่อเพื่อรักษาพยาบาล สินเชื่อเพื่อสวัสดิการพนักงานที่หน่วย งานต้นสังกัดได้มีการทำสัญญากับบริษัทเงินทุน และสินเชื่อตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

#### 4.2 คุณสมบัติของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ

บริษัทเงินทุนจะให้สินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับแก่บุคคลธรรมดาได้เมื่อ บริษัทเงินทุนพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นผู้ที่มีฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระหนี้ได้

#### 4.3 การกำหนดวงเงินสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ

บริษัทเงินทุนจะให้วงเงินสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับแก่ผู้บริโภค แต่ละ รายได้ไม่เกิน 5 เท่าของรายได้ของผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือน หรือกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชี เงินฝากของผู้บริโภคซึ่งฝากไว้กับสถาบันการเงินเฉลี่ยต่อเดือนเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน

#### 4.4 ดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมใด ๆ และค่าใช้จ่ายตามที่จ่ายไปจริง

และพอสมควรแก่เหตุ เกี่ยวกับสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ

ให้บริษัทเงินทุนปฏิบัติในเรื่อง ดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมใด ๆ และค่าใช้จ่ายตามที่จ่ายไปจริงและพอสมควรแก่เหตุ เกี่ยวกับสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง ดอกเบี้ยและค่าบริการที่บริษัทเงินทุนอาจเรียกได้ในการ ประกอบธุรกิจสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ ลงวันที่ 24 มิถุนายน 2548

#### 4.5 การเรียกให้ชำระหนี้และการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้

ให้บริษัทเงินทุนปฏิบัติในการเรียกให้ชำระหนี้และการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ ดังต่อไปนี้

- (1) ต้องมีหนังสือแจ้งเตือนผู้บริโภคล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 20 วัน ก่อนดำเนินการ บังคับชำระหนี้ตามกฎหมาย
- (2) จัดส่งใบแจ้งหนี้ให้แก่ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 10 วันก่อนวันถึง

กำหนดชำระหรือหักบัญชี ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการคิดดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายในหนี้ค้างชำระให้แสดงรายละเอียดการคำนวณดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวในใบแจ้งหนี้ด้วย

#### 4.6 การเปลี่ยนประเภทหนี้

ห้ามบริษัทเงินทุนโอนหนี้ที่เกิดจากสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับไปเป็นหนี้ตามสัญญาบัญชีเดินสะพัด หรือหนี้ตามสัญญาสินเชื่อประเภทอื่น เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้บริหารโลกก่อนหนี้อันเกิดจากสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ที่ยังมีได้โอนไปเป็นหนี้ตามสัญญาบัญชีเดินสะพัดจะเอาดอกเบี้ยนั้นทบเข้ากับต้นเงินแล้วคิดดอกเบี้ยในจำนวนเงินที่ทบเข้ากันนั้นไม่ได้

#### 4.7 การปฏิบัติและการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลผู้บริโภค

บริษัทเงินทุนต้องให้ความสำคัญและจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่ถูกต้องและครบถ้วนเพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติและกำหนดวงเงินที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลกลางที่เชื่อถือได้ เช่น บริษัทที่ประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต เป็นต้น หรือร่วมกันจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อใช้ข้อมูลร่วมกัน เพื่อสอบย้อนประวัติส่วนตัวของผู้บริโภค และวงเงินสินเชื่อที่ได้รับทั้งสิ้น ตลอดจนข้อมูลอื่น ๆ

#### 4.8 การปฏิบัติเมื่อมีข้อร้องเรียน

บริษัทเงินทุนจะต้องดำเนินการตรวจสอบเมื่อผู้บริโภคร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และแจ้งความคืบหน้ารวมทั้งชี้แจงขั้นตอนต่อไปให้ผู้บริโภคทราบภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งการร้องเรียน รวมทั้งให้ดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนนั้นให้แล้วเสร็จ และแจ้งให้ผู้บริโภคนั้นทราบโดยเร็ว

#### 4.9 การกำหนดนโยบาย แผนงาน และการประชาสัมพันธ์

ให้บริษัทเงินทุนมีการกำหนดนโยบาย แผนงาน และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ดังนี้

- (1) บริษัทเงินทุนต้องกำหนดนโยบายและแผนงานในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และเสนอคณะกรรมการของบริษัทเงินทุนเพื่อให้ความเห็นชอบทุกปี ทั้งนี้ นโยบายและแผนงานดังกล่าว ควรประกอบด้วยทิศทางและแนวทางในการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ พร้อมทั้งเป้าหมายในการให้บริการแก่ลูกค้าตามระดับรายได้ของผู้บริโภค
- (2) บริษัทเงินทุนต้องจัดให้มีระเบียบ หรือพิธีปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ของบริษัทเงินทุน หรือระบุในสัญญาการแต่งตั้งตัวแทนเพื่อกระทำการแทนบริษัทเงินทุนในเรื่องการติดต่อหาผู้บริโภค

รายใหม่ หรือติดต่อกับผู้บริโภครายเก่าเพื่อเสนอสินเชื่อประเภทใหม่ พร้อมทั้งให้ถือปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

(ก) การติดต่อกับผู้บริโภครายใหม่หรือติดต่อกับผู้บริโภครายเก่าจะดำเนินการได้ระหว่างเวลา 8.00-20.00 น. ในวันจันทร์-วันศุกร์ ยกเว้นวันหยุดราชการ ให้ดำเนินการระหว่างเวลา 8.00-18.00 น.

(ข) ในกรณีที่บริษัทเงินทุนใช้สื่อทางการตลาดในการส่งเสริมการให้สินเชื่อส่วนบุคคล ต้องสื่อความให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย ไม่ชวนเชื่อเกินความจริง และต้องชี้แจงข้อเท็จจริงให้ครบถ้วน รวมทั้งระบุอัตราดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมใด ๆ และค่าใช้จ่ายตามที่ได้อ้างไปจริง ของสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับแต่ละประเภทให้ชัดเจน

#### 4.10 การบริหารความเสี่ยง

บริษัทเงินทุนต้องจัดให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงในการให้สินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้การกำกับ ดังนี้

(1) ระบบการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นคำขอสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ เพื่อการอนุมัติและกำหนดวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับตามระดับความสามารถในการชำระหนี้

(2) ระบบการเรียกเก็บหนี้ที่สามารถเตือนให้ทราบเมื่อลูกหนี้เริ่มมีปัญหาในการชำระหนี้หรือไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลง ตลอดจนกลยุทธ์ในการเรียกเก็บหนี้ในกรณีต่าง ๆ

(3) ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสำหรับใช้ในการกำหนดและทบทวนนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับการให้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับด้วย

#### 4.11 การจัดทำบัญชีและการรายงาน

บริษัทเงินทุนจะต้องจัดทำรายงานตามแบบที่กำหนดไว้ท้ายประกาศฉบับนี้ ทุกเดือน และส่งมายังธนาคารแห่งประเทศไทยภายใน 21 วันนับจากวันสิ้นเดือน โดยเริ่มรายงานข้อมูลตั้งแต่ข้อมูลเดือนมิถุนายน 2548 เป็นต้นไป สำหรับรายงานประจำเดือนมิถุนายน 2548 ถึง สิงหาคม 2548 ให้บริษัทส่งมายังธนาคารแห่งประเทศไทยในวันที่ 21 ตุลาคม 2548 รวมทั้งจัดส่งสำเนารายงานดังกล่าวให้แก่กระทรวงการคลังภายในกำหนดเวลาเดียวกันข้างต้น

#### 4.12 เรื่องอื่นๆ

ในกรณีที่บริษัทเงินทุนได้ให้สินเชื่อแก่ผู้บริโภคแล้วในวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ ให้บริษัทเงินทุนปรับลดดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมใด ๆ และค่าใช้จ่ายตามที่ได้อ้างไปจริงและพอสมควรแก่เหตุ ที่บริษัทเงินทุนได้ทำสัญญาไว้ให้เป็นไปตามข้อ 4.4 ภายใน 1 ปีนับแต่วันที่ประกาศนี้มีผลใช้บังคับ

## 5) วันเริ่มต้นบังคับใช้

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2548 เป็นต้นไป

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีเนื้อหา ดังนี้

#### 2.3.1 ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อการบริโภค

สุนัย เลหาวิวัฒน์ (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ถือบัตร : กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดขนาด ของวงเงินสินเชื่อของผู้ถือบัตรเครดิต เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาวางแผนแบบฉบับหรือสูตรในการพิจารณาวงเงินสินเชื่อ (Credit scoring) และศึกษาถึงการกระจายบัตร เครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ไปยังกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และชนิดบัตรที่ผู้ถือบัตรนิยม วิธีการศึกษา กลุ่มตัวอย่างสุ่มจากผู้ถือบัตรเครดิตที่มีประวัติการชำระ กินตรงต่อเวลาของสาขาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 500 ตัวอย่าง โดยวิธี Multi Regression ผลการศึกษา พบว่า รายได้ ประสบการณ์ในการทำงาน และอาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพล ต่อวงเงินบัตรเครดิตของผู้ถือบัตร โดยผู้มีรายได้มากมี โอกาสได้รับวงเงินบัตรเครดิตมากกว่าผู้มีรายได้น้อย ผู้มี ประสบการณ์ในการทำงานมากมีโอกาสได้รับวงเงินบัตรเครดิต มากกว่าผู้มีประสบการณ์น้อย และผู้มีอาชีพนักธุรกิจหรือ เจ้าของกิจการมีโอกาสได้รับวงเงินสูงกว่าอาชีพอื่น ๆ ในด้านการกระจายบัตรเครดิตไปยังกลุ่มต่าง ๆ พบว่า การกระจายบัตรเครดิตชนิดต่าง ๆ แตกต่างไปตามอาชีพ ตามรายได้ ตามอายุ ตามประสบการณ์ในการทำงาน และระหว่าง เพศหญิงและเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มีรายได้ 100,000-200,000 บาทต่อปี อายุ 31-40 ปี มีประสบการณ์ ในการทำงานน้อยกว่า 11 ปี และเพศชายจะถือบัตรเครดิต มากที่สุด โดยเฉพาะอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ ผู้มี รายได้สูง และกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก มีการ กระจายไปยังชนิดบัตรเครดิตที่มีวงเงินสูง เช่น บัตรวีซ่าทอง เป็นต้น

กรวรรณ วัฒนชัย (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อ รถยนต์นั่งในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ ของการศึกษามี 2 ประการ คือ ประการแรก เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อเพื่อ การเช่าซื้อรถยนต์นั่ง ประการที่สอง เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ต่างๆ ของการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ในจังหวัด เชียงใหม่ การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อรถยนต์นั่งได้ใช้ข้อมูล

ลูกค้าสินเชื่อ เช่าซื้อ รถยนต์นั่งของธุรกิจเช่าซื้อแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง ระหว่างปี 2536-2538 **วิธีการศึกษา** โดยใช้ วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression) ส่วนการศึกษา ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจเช่าซื้อจะ ใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหาร **ผลการศึกษา** พบว่า ลูกค้าสินเชื่อเช่าซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ประกอบอาชีพที่มีรายรับเป็นเงินเดือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท และมีการถือครองอสังหาริมทรัพย์ มูลค่า โดยเฉลี่ยประมาณ 750,000 บาท สำหรับราคาประเมินรถยนต์ นั่งส่วนใหญ่ต้องการไม่เกิน 400,000 บาท และวงเงินสินเชื่อ เช่าซื้อที่ต้องการลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการไม่เกิน 400,000 บาท จำนวนงวดการผ่อนชำระหนี้ระยะ 37-48 งวดและอัตราดอกเบี้ย เรียกเก็บส่วนใหญ่เรียกเก็บในอัตรา 14.1-16.0 % ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ นั่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีผลกระทบโดยตรงต่อความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อ ได้แก่ ราคาประเมินรถยนต์นั่ง รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนและจำนวนงวดการชำระหนี้ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อ รถยนต์นั่งคือ อัตราดอกเบี้ยเรียกเก็บ สำหรับการวิเคราะห์ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่ง พบว่า ความ ยืดหยุ่นอุปสงค์ ต่อราคาเท่ากับ 0.701 และความยืดหยุ่นอุปสงค์ ต่อรายได้เท่ากับ 0.221 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านราคามีอิทธิพล ต่อความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อมากกว่าปัจจัยทางด้านรายได้ ส่วนการศึกษารูปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานของ ธุรกิจเช่าซื้อพบว่า อุปสรรคที่สำคัญในการขยายตัวของกิจการ ประกอบด้วย อุปสรรคทางด้านกฎหมายและข้อบังคับการจำกัด วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อ และอุปสรรคทางการแข่งขันระหว่าง ผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อด้วยกันเอง สำหรับอุปสรรคของการดำเนินงาน คือปัญหาด้านคุณสมบัติของผู้เช่าซื้อการละเมิดและ การจงใจกระทำผิดสัญญาชำระหนี้ของผู้เช่าซื้อ

**มานิต ขวสุภกุล (2541)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีต่อผลการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองในลักษณะเงินผ่อน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมี **วัตถุประสงค์** เพื่อต้องการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองในลักษณะ เงินผ่อน โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้ เครื่องมือในการวิจัยเป็น แบบสอบถามกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษามีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองจากจำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง 100 คน **วิธีการศึกษา** ใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยใน การประมวล จาก **ผลการศึกษา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60 เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 40 ข้อมูลของผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 53 มีอาชีพ เป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 75 รายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44 ในด้านพฤติกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ด้าน การเลือกซื้อมีการซื้อรถยนต์มือสองจากบริษัทรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 57 ด้านเหตุผลการเลือกซื้อ

มาจากรณีคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 33 ด้าน ประเภทของกรณีการเลือกซื้อรถญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 83 ด้านราคารถยนต์ ที่มีการเลือกซื้ออยู่ในช่วงราคา 300,000-400,000 บาท คิดเป็น รายเดือน ๆ ละ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38 ในด้านปัจจัย ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอัตราเงินคาวนในอัตรา 25 คิดเป็นร้อยละ 50 ด้านระยะเวลาการผ่อนค่างวด 48 เดือน คิดเป็นร้อยละ 49 ด้าน การตัดสินใจซื้อด้วยเงินผ่อนคือไม่มีเงินสดเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 52 ด้านวิธีการชำระเงินค่างวดรถยนต์คือชำระผ่านธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 83 ด้านเหตุผลการเลือกแหล่งที่ซื้อคือมีการให้บริการหลังการขายคิด เป็นร้อยละ 22

**ธีระ วงศ์คำ (2547)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ **วัตถุประสงค์** เพื่อศึกษาโครงสร้าง ลักษณะทั่วไป และอุปสงค์ของ ผู้ถือบัตร ประเภทของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดจากผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ที่เข้ามาใช้บริการตามห้างสรรพสินค้า จำนวน 6 แห่ง โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 370 ราย **วิธีการศึกษา** ใช้วิธีการพรรณนาอธิบายถึงลักษณะ โดยทั่วไป จากผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ที่เข้ามาใช้บริการตามห้างสรรพสินค้า **ผลการศึกษาพบว่า** ไม่มีความแตกต่างในด้านเพศของผู้ถือบัตร มีอายุระหว่าง 20 ถึง 35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาถึงปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างและพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 4,001 ถึง 12,000 บาท สมาชิกในครอบครัวประมาณ 3 คน และส่วนใหญ่จะถือบัตรจำนวน 2 ใบขึ้นไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร พบว่า ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการอนุมัติที่รวดเร็ว ขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก มีบริการรับฝาก-ถอนเงินจากเครื่องอัตโนมัติ อัตราดอกเบี้ยต่ำ การคิดเบี้ยปรับในอัตราที่ไม่สูง การมีส่วนลดเมื่อชำระก่อนกำหนด เกณฑ์การพิจารณารายได้ขั้นต่ำของผู้สมัคร การได้รับส่วนลดจากการแสดงบัตร การมีเดบิตเตอร์ที่จ่ายชำระเงินได้สะดวก การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกใหม่ การโฆษณาทางวิทยุและหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน

### 2.3.2 วิธีการศึกษาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของผู้วิจัยแต่ละคนที่ใช้มีดังนี้

- วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regressions Analysis) (สุนัย เลหาวิวัฒน์ และ กรวรรณ วัฒนชัย)
- วิเคราะห์เชิงพรรณนา (มานิต ชวสุภกุล และ ธีระ วงศ์คำ)

2.3.3 ปัจจัยที่เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินเชื่อจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่ คือ รายได้ ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ราคา จำนวนงวด ดอกเบี้ย ประสิทธิภาพ และ อาชีพ (ศูนย์ เลหา วิวัฒน์ และกรวรรณ วัฒนชัย)

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการขยายตัวของกิจการสินเชื่อ ประกอบด้วย อุปสรรคทางด้านกฎหมายและข้อบังคับการจำกัด วงเงินสินเชื่อเข้าซื้อ และอุปสรรคทางด้านการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเข้าซื้อด้วยกันเอง สำหรับอุปสรรคของการดำเนินงาน คือปัญหาด้านคุณสมบัติของผู้เข้าซื้อการละเมิดและ การจงใจกระทำผิดสัญญาชำระหนี้ของผู้เข้าซื้อ (กรวรรณ วัฒนชัย)

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยเงินผ่อนคือไม่มีเงินสดเพียงพอ (มานิต ชวศุกกุล)

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร พบว่า ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการอนุมัติที่รวดเร็ว ขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก มีบริการรับฝาก-ถอนเงินจากเครื่องอัตโนมัติ อัตราดอกเบี้ยต่ำ การคิดเบี้ยปรับในอัตราที่ไม่สูง การมีส่วนลดเมื่อชำระก่อนกำหนด เกณฑ์การพิจารณารายได้ขั้นต่ำของ ผู้สมัคร การได้รับส่วนลดจากการแสดงบัตร การมีเคาน์เตอร์ที่จ่ายชำระเงินได้สะดวก การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกใหม่ การโฆษณาทางวิทยุและหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน (ธีระ วงศ์คำ)

จากข้อมูลข้างต้น การศึกษาครั้งนี้ได้แนวคิด วิธีการ และผลการศึกษาดังกล่าวเป็นแนวทางในการกำหนดวิธีวิจัย การพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สินเชื่อผ่อนชำระ โดยใช้วิธีการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square Test) โดยนำข้อมูลที่มีการจัดแบ่งกลุ่มมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regressions Analysis) หารูปแบบความสัมพันธ์ที่แสดงถึงปัจจัยที่กำหนดหรือมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร