

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางจินดา พิษพันธ์ไพศาล

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์พรทิพย์	เชียรธีรวิทย์	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์สุวรรณ์	ยิบมันตะศิริ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์สุรภร	วิศิษฐ์สุวรรณ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะและพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากบัญชีรายชื่อลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ ที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะ จำนวน 300 ราย การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อเคหะประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการให้บริการของธนาคารและด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคาร โดยการให้น้ำหนักความสำคัญแบบ ลิเคิพสเกล นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อ จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้สถิติไคว์สแควร์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36 – 50 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ย 10,001 – 50,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะ 3 อันดับแรกคือ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย เงินสินเชื่อที่ได้รับพิจารณาอนุมัติสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม และอัตราส่วนวงเงินสินเชื่อกับราคาหลักทรัพย์ค้ำประกันที่มีตามความเหมาะสม รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งประกอบด้วย

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม และปัจจัยด้านการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อสั้น ในการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะจำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แล้ว พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะไม่แตกต่าง

พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อคือ เพื่อนำไปซื้อบ้านในลักษณะบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ วงเงินกู้ประมาณ 1,000,000 – 2,500,000 บาท ระยะเวลาในการกู้ยืม 21 – 25 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 2.76 – 3.50 ต่อปี ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อเฉลี่ย 8,001 – 11,000 บาท หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันสินเชื่อคือบ้านพร้อมที่ดินที่ซื้อเป็นหลัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

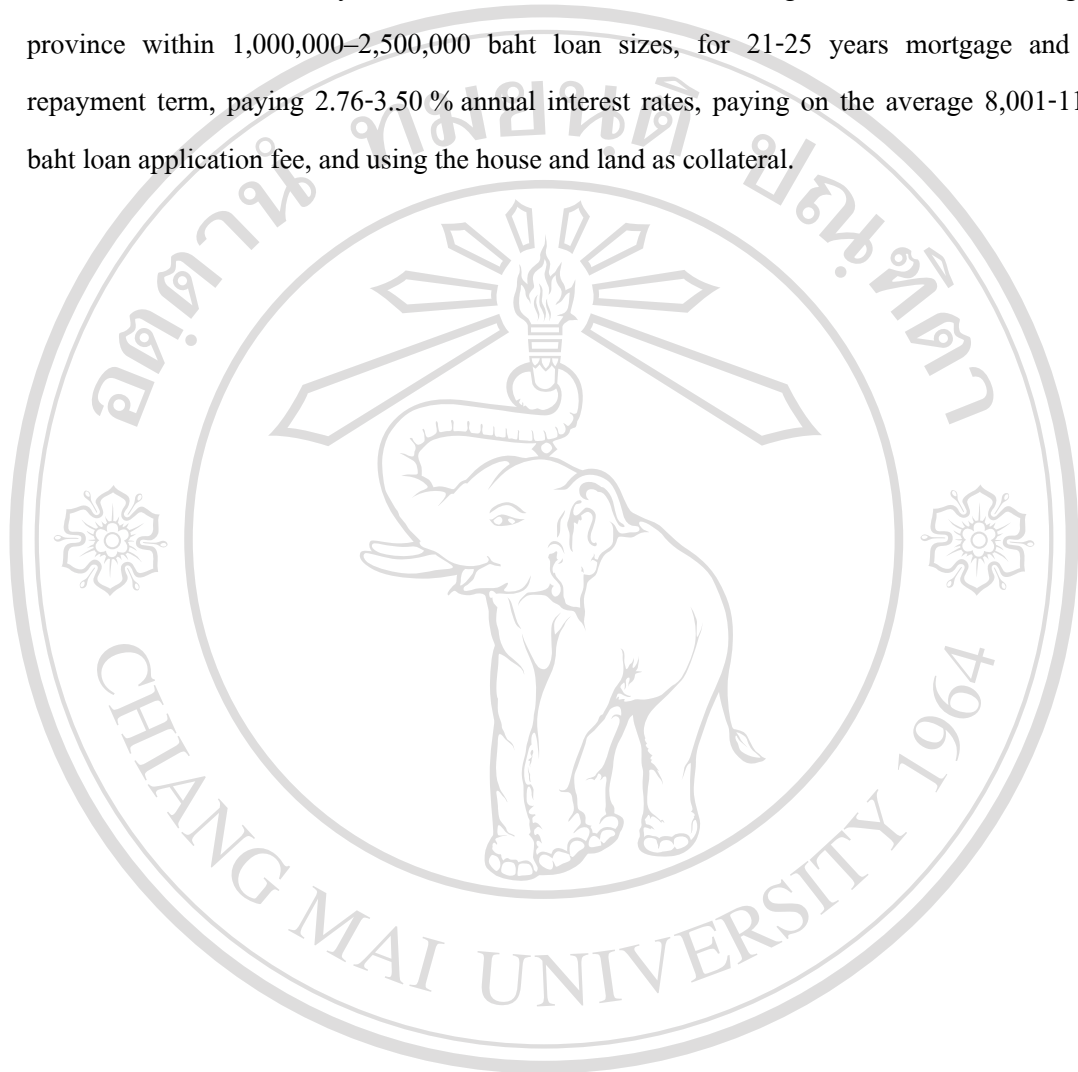
Independent Study Title	Customers's Behavior Concerning the Use of Housing Loans at Siam Commercial Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District,Chiang Mai Province	
Author	Mrs. Jinda Puechphanpaisan	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Porntip Thianteerawit	Chairperson
	Associate Professor Suwarut Yibmuntasiri	Member
	Associate Professor Suraporn Wisitsuwan	Member

Abstract

This study examined the marketing factors which had influence on the utilization of housing loans, and the behavior of housing loan clients of Siam Commercial Bank's Thaphae branch in Chiang Mai Province, Questionnaire was used as a tool to collect information from 300 samples out of the total name list of Thaphae branch's clients who obtained housing loans' The factors influencing decision to use housing loan services included product, price, services, and market promotion activities of the bank which were weighted for their significance by the use of Likert Scale, Furthermore, chi-square test was performed to verify the different opinion about the influential factors among different groups of people classified by education , occupation, and income level, Descriptive statistics were used as basis to analyze The bank clients' behavior.

The findings indicated the majority of samples under study could be characterized as male, 36-50 years old, bachelor's or higher degree graduate, and having 10,001–50,000 baht average monthly income , The three most important factors affecting their decision to get housing loans were product, price, and services, respectively. The product factor was important for having the attractive features including the large approved loan sizes, appropriate loan repayment period and the reasonable requirement for collateral in relation to loan size the price factor was considered in terms of appropriate interest rate for the loan, and the services factor for speedy loan approval process. On the different opinion, the test results shouted no difference among people classified by education, occupation and income groups concerning their views on the factors influencing the use of housing loans.

Examination on the clients' behavior revealed that the clients of Siam Commercial Bank in most cases obtained loans to buy detached house with land in Mueang District area of Chiang Mai province within 1,000,000–2,500,000 baht loan sizes, for 21-25 years mortgage and loan repayment term, paying 2.76-3.50 % annual interest rates, paying on the average 8,001-11,000 baht loan application fee, and using the house and land as collateral.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved