

ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวจิราพร พัฒนมนี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สิงหาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

382.21

จุ ๖33๓

๖ ๖

ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวจิราพร พัฒนมนี

-2-

13 พ.ย. 2546

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สิงหาคม 2546

จิราพร พัฒนมณี. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1*.

สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.ศุภินญา ญาณสมบุรณ์ (ดุษฎีนิพนธ์).

ในปี 2545 สถานการณ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง สืบเนื่องจากสภาพคล่องของเศรษฐกิจ การปรับลดอัตราดอกเบี้ยและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ธนาคารออมสินได้เข้ามามีบทบาทในการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ซื้อรายย่อยที่ต้องการซื้อบ้านใหม่ บ้านมือสอง บ้านสร้างเอง ตลอดจนผู้ที่ต้องการไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงินอื่น โดยธนาคารฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายประกอบกับเป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียงและมีความมั่นคง มีเครือข่ายสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ ด้วยเหตุปัจจัยนี้จึงนำมาสู่การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน ภาค 1 โดยศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม รวมทั้งข้อเสนอแนะในการให้บริการ อันจะเป็นแนวทางต่อการพัฒนาการให้บริการและการบริหารงานสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 จำนวน 444 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่าง การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธี Bonferroni และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสและประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง มีอายุเฉลี่ย 40 ปีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 38,697 บาท

2. ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการ ในด้านอัตราดอกเบี้ยผู้ให้บริการมีทัศนคติในระดับดีมาก รองลงมาคือ ระยะเวลาในการกู้ยืมและค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนองผู้ให้บริการมีทัศนคติในระดับดี ส่วนค่าตรวจสอบหลักประกัน, ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน, การให้กู้เพิ่มภายหลังจากปีที่ 2, ค่าตรวจสอบหลักทรัพย์และสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในระดับปานกลาง

3. ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ คือ ด้านความมั่นคงของธนาคาร, ด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร, การให้การต้อนรับและบริการรวมทั้งการให้ความรู้และคำปรึกษาของพนักงาน ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในระดับดีมาก ในด้านการติดต่อขอกู้, การอนุมัติเงินกู้และการชำระเงินกู้ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในระดับดี

4. พฤติกรรมในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยผู้ให้บริการมีการกู้เป็นครั้งแรก มีระยะเวลาในการกู้ 18 ปี อัตราดอกเบี้ยโดยเฉลี่ย 3.58% เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาเฉลี่ย 6,600 บาท เงินงวดที่ผ่อนชำระจริงโดยเฉลี่ย 7,637 บาท วงเงินกู้โดยเฉลี่ย 895,176 บาท และมีระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วเท่ากับ 1 ปี 4 เดือน

5. ประเภทของอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้อัตราดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน 81 - 85% ค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ 1,900 บาท ค่าใช้จ่ายในการ

ตรวจสอบหลักทรัพย์ 500 บาท อัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20% ของรายได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ประเภทหลักประกันส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเพื่อซื้อบ้านหลังแรกของตนเอง ประเภทที่อยู่อาศัยที่กำลังผ่อนเป็นบ้านเดี่ยว และผู้ใช้บริการรู้จักสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจากการแนะนำของผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน บิดามารดาญาติพี่น้อง ซึ่งธนาคารฯ ควรให้ความสนใจในการให้บริการแก่ผู้เข้ามาใช้บริการเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

6. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

7. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่แตกต่างกัน

8. อายุและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

9. ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

10. ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

อย่างไรก็ตาม ธนาคารฯ ยังประสบปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการสินเชื่อ เนื่องจากมีการกำหนดสัดส่วนวงเงินกู้ที่ค่อนข้างต่ำและมีระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ที่ล่าช้า อีกทั้งความไม่พร้อมด้านเทคโนโลยีสนับสนุนในการปฏิบัติงานและยังมีความต้องการเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญในงานด้านสินเชื่อ ข้อเสนอแนะในการเพิ่มศักยภาพในการทำงานของธนาคารฯ ประกอบด้วย

1. พัฒนาเทคโนโลยี โดยเฉพาะการติดตั้งระบบสินเชื่อ On - Line ทั่วประเทศและพัฒนาเทคโนโลยีสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

2. พัฒนาเจ้าหน้าที่สินเชื่อ โดยการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ด้านสินเชื่อ

3. กำหนดเงื่อนไขด้านสินเชื่อ ในด้านอัตราดอกเบี้ยและสัดส่วนวงเงินกู้ ให้มีความเหมาะสมกับสภาพการแข่งขันและสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

4. ประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดกิจกรรมเชิงรุกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เป็นธนาคารเพื่อสังคมและชุมชน

**ATTITUDE AND BEHAVIOR OF BANK USERS TOWARD HOUSING LOAN
AT GOVERNMENT SAVING BANK IN REGION 1**

AN ABSTRACT

BY

MISS JIRAPORN PATTANAMANEE

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University**

August 2003

Jiraporn Pattanamane. (2003). *Attitude and Behavior of Bank users toward Housing Loan at Government Saving Bank in Region 1*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor: Inst. Dr. Supinya Yansoomboon (Dachanabhirom).

The Situation of housing loan during 2002 was high competitive because of influent economic flow, lowered-interest rate, and economic drive by the government. The Government Bank (GSB) played an important role in allowing loan credit to sub-buyers who wanted to buy a new house, used house, self-established house, including redeeming mortgage from other institutions. In addition GSB had various target groups as a result of a good reputation, stability, and many branches through the country. Therefore the researcher was interested to study the issues involving GSB.

This research aimed to investigate attitude and behavior of bank users toward housing loan at Government Saving Bank in Region 1, focusing on demographic data of users, attitude toward loan, attitude toward loan service, relationship between attitude and behavior, and suggestion in order to develop service and management of housing loan at Government Saving Bank to be achieved with user needs.

The subjects consisted of 444 housing loan users at Government Saving Bank in Region 1. Questionnaire was administered. Then data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, One-Way Analysis of Variance, Match-pair testing by Bonferroni's method, and Pearson Product Moment Coefficient.

The results reveled that:

1. Most of housing loan users were female, got undergraduate level, married, employee, aged around 40 years old, and average income of 38,697 baht/month.

2. Their attitude toward loan condition as to interest, loan duration and redeem was at a high level, respectively, whereas that as to guarantee investigation fee, guarantee value assessment, added loan after two years, security investigation fee, and loan ratio with guarantee was at a moderate level.

3. Their attitude toward loan service, namely, bank stability, image and reputation, hostility and service, including informed knowledge and consult by the employee was at a highest level, whereas that as to loan ask, loan permission and loan payment was at a high level.

4. Their behavior concerning the services, it was found that most of them firstly used, 18 years of loan, with 3.58% of interest, had 6,600 baht/month of contact payment, 7,637 baht /month of actual payment, 895,176 baht of loan amount, and 1 year and 4 months of payment duration.

5. Present interest rate, it was found that most of them had three-month-fixed interest, 81-85% of loan amount and guarantee, 1,900 baht of security assessment, 500 baht of security investigation fee, payment rate of 20% income/month. They intended to loan money to buy a lank

and building. Most guarantee was single house with land, used housing loan for their first house, and they got advice from peers, parent, or relatives.

6. There was no significant difference among users with different age and their behavior of housing loan service.

7. There was a significant difference among users with different education, marriage status, occupation and their behavior.

8. Age and income were related to behavior of housing loan service.

9. Attitude toward loan condition was related to behavior of housing loan service.

10. Attitude toward loan service was not related to behavior of housing loan service.

However, bank faced problems and obstacles of loan service because there were limited regulation of loan amount and late permission duration, including lack of technology supporting performance and employee and no sufficient knowledge, ability and experience on the job. Their suggestions were that :

1. They should develop on line loan and housing loan.

2. They should develop lending officers by enhancing knowledge, ability and experience.

3. They should set loan condition as to appropriate interest rate and loan amount in accordance with present economic and competitive situation.

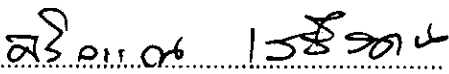
4. They should provide public relations with active activity in order to contribute social and community image of the bank.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

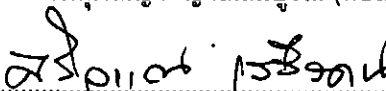

.....
(อาจารย์ ดร.ศุภิญญา ญาณสมบุรณ์ (ดุษฎีนิพนธ์))

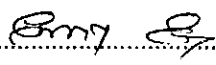
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

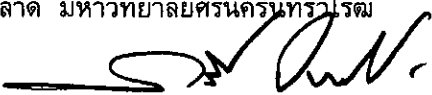
คณะกรรมการสอบ


.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.ศุภิญญา ญาณสมบุรณ์ (ดุษฎีนิพนธ์))


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่ ๒๒ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๔๖

ประกาศคุณูปการ

ความสำเร็จของงานกิจการใด ๆ โดยเฉพาะงานวิชาการนั้น ย่อมมีองค์ประกอบที่หลากหลายและแตกต่างกันไปตามสภาวะการณ์ สำหรับงานวิจัยฉบับนี้นั้น ได้รับการเกื้อหนุนจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในด้านข้อมูล ทุนวิจัย และการจัดเก็บแบบสอบถาม ดังจะกล่าวไว้ ณ ที่นี้

อาจารย์ ดร.ศุภินญา ญาณสมบุรณ์ (ดุษฎีนิพนธ์) อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุลตา กรรมการควบคุมสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ให้ข้อมูลและสถิติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ธนาคารแห่งประเทศไทย ให้การสนับสนุนด้านข้อมูลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารและสถาบันการเงิน

ธนาคารออมสิน สำนักบริหารความเสี่ยงและสำนักสินเชื่อเคหะ ให้การสนับสนุนด้านข้อมูลสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสิน ภาค 1 ฝ่ายงานสนับสนุน ให้ข้อมูลสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

ธนาคารออมสิน สำนักพัฒนาการเรียนรู้ สำหรับการสนับสนุนด้านทุนการศึกษาและทุนวิจัย

ธนาคารออมสิน สาขาบางเขน สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าว สาขาศรียาน สาขาราชวัตร สาขาจตุจักร สาขาชัยสมรภูมิ สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขาโชคชัย 4 สำหรับการอำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือในการจัดเก็บข้อมูล

เจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตและเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้คำแนะนำตลอดจนอำนวยความสะดวกในการทำสารนิพนธ์

ด้วยคุณูปการเหล่านี้จึงทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปตามวัตถุประสงค์ ยังให้เกิดน้ำหนักแก่นเนื้อหาของงานวิจัย ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้นอกจากจะเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยแล้ว อาจเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจและเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จิราพร พัฒนมนั

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมุติฐานในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
การบริการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	19
แนวความคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	44
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย.....	54
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	92
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีดำเนินการวิจัย.....	92
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	94
อภิปรายผล.....	105
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	107
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	109
บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก.....	115
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	117
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย.....	123
ภาคผนวก ค รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	131
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	133

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	ยอดสินเชื่อให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงิน.....	1
2	ยอดสินเชื่อเคหะคงเหลือประจำเดือนธันวาคม 2545 ของธนาคารออมสิน ภาค 1.....	45
3	การเลือกตัวอย่างแบบโควตา.....	46
4	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์.....	55
5	ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1.....	57
6	ระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	58
7	ระดับทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	60
8	พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	62
9	จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อสินเชื่อ เคหะธนาคารออมสิน ภาค 1.....	64
10	การทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจำแนกตามเพศ.....	68
11	การทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
12	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีระดับการศึกษาต่างกันกับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา.....	71
13	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีระดับการศึกษาต่างกันกับเงินงวดผ่อนชำระจริง.....	73
14	การทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	75
15	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับระยะเวลาในการกู้.....	76
16	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา.....	77
17	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับเงินงวดผ่อนชำระจริง.....	78
18	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับวงเงินกู้.....	79
19	การทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจำแนกตามอาชีพ.....	80
20	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว	81

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการ สินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	82
22	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการ สินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	84
23	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	86
24	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน.....	88
25	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	101

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงการประเมินคุณภาพบริการ.....	11
2 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ.....	15
3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	21

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นับตั้งแต่เศรษฐกิจไทยตกต่ำต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2540 นั้น ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและค่อนข้างรุนแรง รัฐบาลจึงริเริ่มวางมาตรการเฉพาะขึ้นมาเพื่อดำเนินการแก้ไข ซึ่งมาตรการเหล่านั้นได้แก่ การขยายเวลายกเว้นภาษีธุรกิจเฉพาะ การลดค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมในการโอนและการลดค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียน การเพิ่มการนำดอกเบี้ยเงินกู้ซื้อบ้านมาหักลดหย่อนภาษี การเพิ่มวงเงินลดหย่อนภาษีเงินได้สำหรับค่าซื้อบ้านที่ให้หักลดหย่อนได้ตามที่จ่ายจริง การเพิ่มสิทธิต่างชาตินในการถือครองกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ มาตรการส่งเสริมสินเชื่อพิเศษแก่ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น ดังนั้นการครอบครองส่วนแบ่งตลาดในภาคธุรกิจนี้จึงเป็นที่หมายปองของธนาคารและสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ต่างพากันลดดอกเบี้ยเพื่อที่จะเป็นผู้นำในตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยต่างแข่งขันกันจัดกลยุทธ์ต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดทำให้ธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2544 มีแนวโน้มฟื้นตัวขึ้น หลังจากที่ได้ประสบกับภาวะซบเซาอย่างหนักมาตลอด 4 – 5 ปีที่ผ่านมา โดยจะเห็นได้จากยอดสินเชื่อเคหะคงเหลือของสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2540 – 2545

ตาราง 1 แสดงยอดสินเชื่อให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงิน

หน่วย : พันล้านบาท

ธนาคาร	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ธนาคารพาณิชย์	455,409	417,897	386,008	361,172	356,632	377,728
ธนาคารออมสิน	4,987	24,224	23,066	26,844	35,040	45,552
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	195,776	294,011	280,884	275,737	274,454	275,992
บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์	62,619	22,177	12,648	10,886	9,672	8,647
บริษัทเครดิตฟองซิเอร์	2,576	1,865	1,362	1,107	268	247
รวม	698,825	760,174	703,968	675,746	675,466	708,166

ที่มา : สถิติเศรษฐกิจและการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย ธันวาคม 2545

อย่างไรก็ตามภาวะการณ์ที่ดูเหมือนว่าจะกระเตื้องขึ้นของภาคอสังหาริมทรัพย์ มิได้กระจายไปทั่วทั้งภาคธุรกิจ กล่าวคือ แม้ว่ากลุ่มอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์

และอาคารชุดบางโครงการจะมีความคึกคักขึ้นมาบ้าง แต่ในกลุ่มอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์และอาคารสำนักงานยังไม่กระเตื้องขึ้น ทำให้ภาวะซบเซาของเศรษฐกิจไทยยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องตลอดช่วงปี 2540 - 2544 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มของธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ ส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจชะงักในหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกา ภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวยังคงส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในประเทศไทย ภาวะธุรกิจภายในประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวนี้ได้ส่งผลกระทบต่อบุคลากรโดยรวมในภาคอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารสำนักงาน อาคารพาณิชย์ หรือแม้แต่อสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยในบางโครงการซึ่งยังคงมีอุปทานส่วนเกินอยู่ อีกส่วนหนึ่งเป็นปัจจัยด้านภาวะอัตราดอกเบี้ยที่คาดว่าจะยังคงอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมีผลช่วยกระตุ้นอุปสงค์ในภาคอสังหาริมทรัพย์ได้บ้าง นอกจากนี้สถาบันการเงินต่าง ๆ ต่างพยายามแข่งขันกันเสนอโครงการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอัตราดอกเบี้ยต่ำและอัตราคงที่ในช่วงปีแรก ๆ รวมทั้งให้ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาว เพื่อจูงใจผู้ซื้อ จนทำให้ขณะนี้ตลาดบ้านที่อยู่อาศัยกลายเป็นตลาดของผู้ซื้อ

สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (Housing Loan) ของธนาคารในปี 2545 ที่ผ่านมาอยู่ในสภาวะการแข่งขันสูง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความต้องการที่จะเพิ่มสัดส่วนการปล่อยสินเชื่อประเภทสินเชื่อบุคคล เพื่อเป็นการกระจายสภาพคล่องที่มีอยู่มากในระบบสถาบันการเงินและเล็งเห็นว่าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมีความเสี่ยงต่ำเมื่อเทียบกับสินเชื่อประเภทอื่น จากการที่มีหลักประกันเป็นที่อยู่อาศัยนั้นและจากมาตรการส่งเสริมจากภาครัฐด้วยหวังจะให้ธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นตัวหลักในการนำพาเศรษฐกิจให้กระเตื้องขึ้น

สินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินจัดเป็นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยประเภทสินเชื่อบุคคล ซึ่งเป็นการปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้ารายย่อยที่ต้องการซื้อบ้านใหม่ บ้านมือสอง บ้านสร้างเอง ต่อเติมซ่อมแซมอาคาร และเพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงินอื่น ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับยอดคงเหลือของสินเชื่อเคหะที่ผ่านมา จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ณ เดือนธันวาคม 2545 ยอดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยรวมทั้งระบบสถาบันการเงินมีจำนวน 708,166 พันล้านบาท ยอดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินมีจำนวน 45,552 พันล้านบาท คิดเป็นอัตรา 6.43% ซึ่งเป็นสัดส่วนซึ่งถือว่าน้อยมาก ในขณะที่ธนาคารออมสินมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่กว้างมาก ประกอบกับเป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียงและความมั่นคง เป็นที่รู้จักต่อลูกค้า นอกจากนี้ยังมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าและสำหรับธนาคารออมสินเอง สินเชื่อที่อยู่อาศัยนั้นมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามจากสัดส่วนตัวเลขดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธนาคารออมสินยังไม่อาจนับได้ว่าประสบความสำเร็จ จึงต้องดำเนินการศึกษาค้นหาทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพื่อเป็น "ธนาคารในดวงใจของปวงชน" ดังปณิธานของธนาคาร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
2. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

3. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

2. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

3. ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

4. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานด้านสินเชื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

1. เนื้อหาการวิจัย

1.1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิของธนาคารออมสินจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลและสถิติต่าง ๆ

1.2 ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้รับจากการออกแบบสอบถาม

การออกแบบสอบถาม เป็นการศึกษาวิจัยผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ภาค 1 โดยพิจารณาจากทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มลูกค้าผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน ภาค 1 จำนวน 5,014 ราย (ยอดคงเหลือ ณ เดือนธันวาคม 2545, ที่มา : ฝ่ายงานสนับสนุน ธนาคารออมสินภาค 1) โดยแบ่งออกเป็น 24 สาขาตามระบบการบริหารงานของธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินที่สามารถให้ข้อมูลได้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น จำนวน 444 คน ซึ่งขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างมีดังต่อไปนี้

1. การเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) กับประชากรทั้ง 24 สาขา โดยการจับสลากเลือกสาขาจำนวน 6 สาขา ซึ่งคิดเป็น 25% ของจำนวนสาขาในภาค 1 เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ซึ่งได้แก่ สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน

2. การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้สาขาละ 74 คน

3. การเลือกตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience sampling) จากกลุ่มตัวอย่างขั้นตอนที่สอง โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มาใช้บริการ ธนาคารออมสินสาขาที่กำหนดไว้

สถานที่ศึกษา

ธนาคารออมสิน 6 สาขาประกอบด้วย สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 ระดับการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

1.3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

1.3.3 อนุปริญญา / ปวส.

1.3.4 ปริญญาตรี

1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.3 สถานภาพสมรส

1.4.1 โสด

1.4.2 สมรส

1.4.3 หม้าย / หย่า

1.4 อาชีพ

1.5.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5.2 พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง

1.5.3 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

1.5.4 เกษตรกร

1.5.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2. ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ

2.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

2.2 ระยะเวลาในการให้กู้ยืม

2.3 สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน

2.4 ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน

2.5 ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบหลักทรัพย์

- 2.6 ค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนอง
- 2.7 เงื่อนไขการให้กู้เพิ่มภายหลัง
3. ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ
 - 3.1 ความสะดวกในติดต่อขอกู้
 - 3.2 ความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้
 - 3.3 ความสะดวกในการชำระเงินกู้
 - 3.4 การต้อนรับและการให้บริการที่ดีของพนักงาน
 - 3.5 การให้ความรู้และคำปรึกษาแนะนำที่ดี
 - 3.6 ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
 - 3.7 ความมั่นคงของธนาคาร

ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

1. จำนวนครั้งในการกู้
2. ระยะเวลาในการกู้
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้
4. เงินผ่อนชำระต่องวด
5. วงเงินกู้
6. สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน
7. วัตถุประสงค์ในการกู้
8. ประเภทหลักประกัน
9. ประเภทที่อยู่อาศัย

นิยามศัพท์

การศึกษานี้ ได้นิยามศัพท์ที่ใช้เป็นตัวแปรในการวิจัย เพื่อกำหนดความหมายในการทำ ความเข้าใจร่วมกัน ดังนี้

1. ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่มีต่ออัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการกู้อื่นๆ ของธนาคารหรือสถาบันการเงิน ประกอบด้วย
 - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ หมายถึง อัตราดอกเบี้ยที่สถาบันการเงินกำหนดขึ้น ซึ่งจะใช้ไประยะหนึ่งและต่อมาภายหลังอาจปรับเปลี่ยนขึ้นหรือลงได้ตามสถานการณ์ตลาดเงินหรือต้นทุนทางการเงินของสถาบันการเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเงินงวดที่ชำระในแต่ละเดือน
 - ระยะเวลาในการกู้ยืม หมายถึง ระยะเวลาที่สถาบันการเงินกำหนดให้ผู้กู้สามารถกู้ได้ ส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาประมาณ 15 – 20 ปี แต่ในปัจจุบันสถาบันการเงินส่วนใหญ่จะให้กู้ได้นานถึง 30 ปี
 - สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน หมายถึง สัดส่วนของวงเงินกู้ต่อมูลค่าหลักประกันที่นำมาค้ำประกันการกู้ โดยส่วนใหญ่ธนาคารจะกำหนดวงเงินกู้ประมาณร้อยละ 80 ของราคาประเมินหลักประกัน
 - ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน หมายถึง การคิดค่าธรรมเนียมในการประเมินมูลค่าหลักประกันซึ่งหมายถึงรวมถึงบ้านและที่ดิน ซึ่งแต่ละสถาบันการเงินจะคิดไม่เท่ากัน

- ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบหลักทรัพย์ หมายถึง ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบหลักทรัพย์ของลูกค้าหลังจากทำการประเมินมูลค่าหลักประกันซึ่งต้องชำระให้แก่ธนาคาร

- ค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนอง หมายถึง ค่าธรรมเนียมการไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงินนั้นหากมีการชำระหนี้ทั้งหมดเพื่อปิดบัญชีและไถ่ถอนจำนองออกไปภายในระยะเวลา 3 ปีแรกของการกู้เงิน ทั้งนี้แต่ละแห่งจะคิดมากน้อยแตกต่างกันไป

- เงื่อนไขการให้กู้เพิ่มภายหลัง หมายถึง การให้ผู้กู้สามารถกู้เพิ่มเติมได้หลังจากเป็นผู้กู้ของธนาคารมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี และสัญญาเดิมยังไม่ครบกำหนด จำนวนเงินให้ผู้กู้เพิ่มเติมเมื่อรวมจำนวนเงินกู้คงเหลือตามสัญญาเดิม ต้องไม่เกิน 5,000,000 บาท และไม่เกินร้อยละ 85 ของราคาประเมินที่ดินพร้อมอาคารที่เป็นหลักประกันเงินกู้ตามสัญญาเดิม

2. ทักษะด้านการให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการในการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ตลอดจนความหลากหลายในการให้บริการของธนาคารหรือสถาบันการเงินซึ่งประกอบด้วย

- ความสะดวกในการติดต่อขอกู้ หมายถึง การที่ผู้กู้สามารถเดินทางไปติดต่อสำนักงานธนาคารหรือที่อื่น ๆ ได้อย่างสะดวก ไม่เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

- ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ หมายถึง การที่ผู้กู้สามารถทราบผลการยื่นกู้หรือได้รับเงินกู้ได้รวดเร็วตามที่ต้องการ เช่น ภายในสองสัปดาห์หรือเร็วกว่านั้น

- ความสะดวกในการชำระเงินกู้ หมายถึง การที่ผู้กู้สามารถชำระหนี้ผ่านบัญชีของธนาคารหรือสามารถชำระผ่านเครือข่ายสาขาของธนาคารได้อย่างกว้างขวาง

- การต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน หมายถึง การต้อนรับและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของพนักงาน ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และการให้บริการต่าง ๆ อย่างเต็มใจ รวดเร็วและประทับใจ

- การให้ความรู้และคำปรึกษา หมายถึง การให้ความรู้ความเข้าใจ และคำแนะนำเกี่ยวกับการขอสินเชื่อในด้านต่าง ๆ อย่างจริงจังและเป็นมิตรไมตรี

- ชื่อเสียงและภาพพจน์ หมายถึง การมีภาพพจน์ที่ดี ความมีชื่อเสียงมายาวนานในการให้บริการสินเชื่อเคหะ

- ความมั่นคง หมายถึง ความมั่นคงหรือความมีเสถียรภาพของธนาคารหรือสถาบันการเงิน

3. พฤติกรรม หมายถึง รูปแบบ ลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน รวมถึงวัตถุประสงค์ในการกู้ วงเงินขอกู้ ระยะเวลาในการกู้ เงินผ่อนชำระต้องงวดและจำนวนครั้งในการกู้

4. สินเชื่อเคหะ หมายถึง สินเชื่อที่ธนาคารออมสินให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยและให้แก่ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย

5. ลูกค้ำ หมายถึง ผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยที่อยู่ระหว่างการผ่อนชำระกับสถาบันการเงิน

6. เครือข่ายสาขา หมายถึง ช่องทางสาขาเพื่อกระจายให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงิน

7. เงินผ่อนชำระต้องงวด หมายถึง เงินงวดที่กำหนดจ่ายเป็นงวดรายเดือนที่แน่นอนเพื่อชำระหนี้เป็นค่าดอกเบี้ยและค่าเงินต้น หากผู้กู้ชำระหนี้รายเดือนสม่ำเสมอ เงินกู้นั้นจะหมดเมื่อครบสัญญา

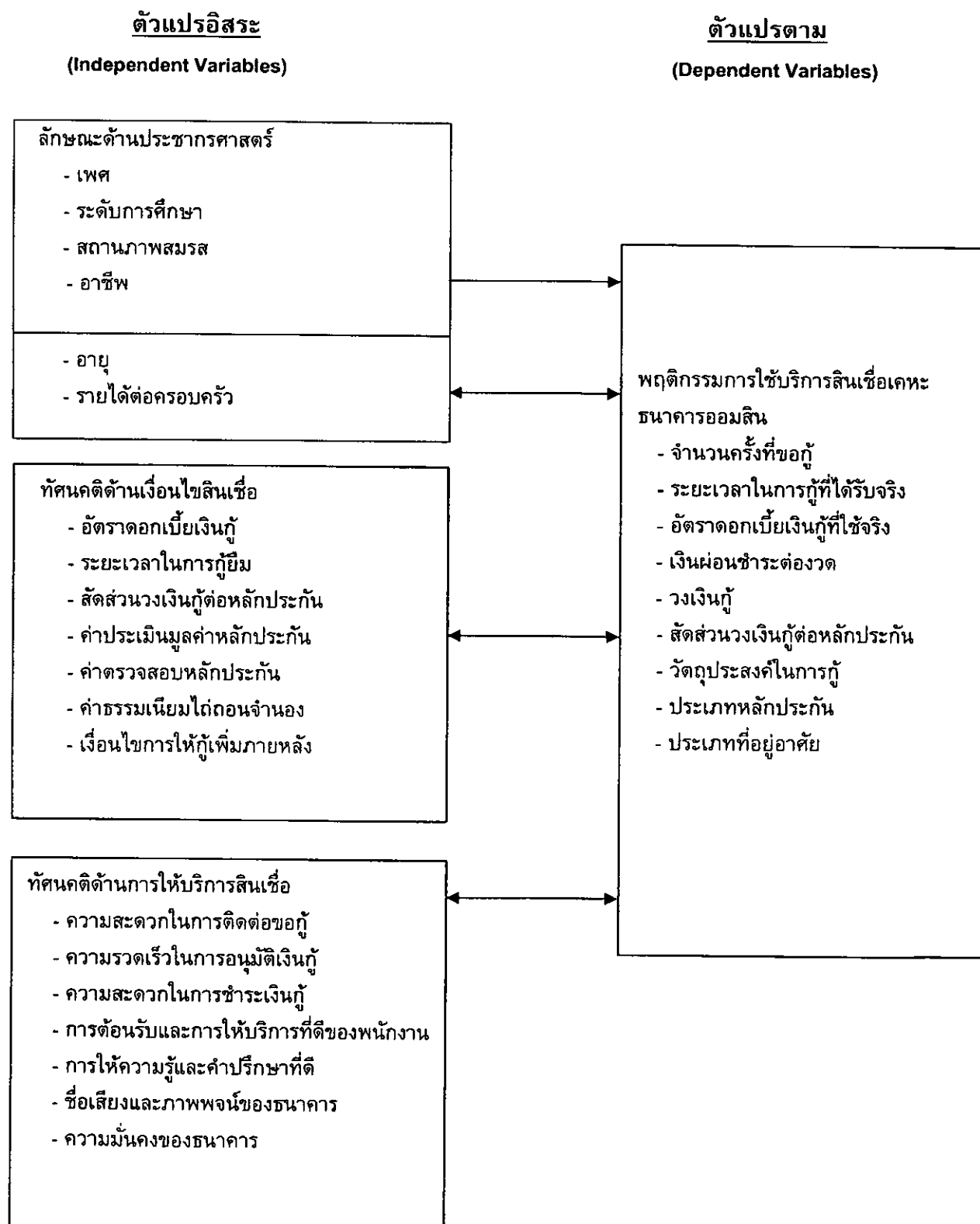
8. ประเภทที่อยู่อาศัย หมายถึง กลุ่มอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม รวมถึงอาคารพาณิชย์

ดังนี้

9. ธนาคารออมสินภาค 1 ได้กำหนดเขตการควบคุมในการบริหารงานซึ่งแบ่งออกเป็น 24 สาขา

1. สาขากระทรวงการคลัง
2. สาขาบางเขน
3. สาขายุติธรรม
4. สาขาตุ๊กจักร
5. สาขาสะพานแดง
6. สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7. สาขาราชวัตร
8. สาขาดินแดง
9. สาขาห้วยขวาง
10. สาขาโชคชัย 4
11. สาขาลาดพร้าว
12. สาขาสะพานใหม่
13. สาขาดอนเมือง
14. สาขาชัยสมรภูมิ
15. สาขานางเลิ้ง
16. สาขาหน้าพระลาน
17. สาขาบางลำภูบน
18. สาขาเทเวศร์
19. สาขาทำเนียบรัฐบาล
20. สาขากรมที่ดิน
21. สาขาศรียาน
22. สาขาปากคลองตลาด
23. สาขาสวนจิตรลดา
24. สาขามหาตไทย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



สมมติฐาน

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน
2. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
3. ทักษะด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
4. ทักษะด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้องและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบในการทำงานวิจัยครั้งนี้ โดยนำเสนอทฤษฎีตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวความคิดเกี่ยวกับสินค้า
5. ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารออมสิน
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการตลาดอเมริกัน ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

เกคินี กลันบุญย์ (2540 : 23) ได้ให้ความหมายของคำว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้รับบริการ เช่น การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539 : 8) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพอใจจากผลของการกระทำนั้น

วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2543: 6) ได้กล่าวว่าการบริการ หมายถึง กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 334 - 336) ได้กล่าวว่า บริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า โดยธุรกิจบริการสามารถจัดได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก ร้านทำฟัน

ลักษณะของงานบริการ

การบริการเป็นกระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยการบริการเป็นสิ่งที่สัมผัส จับต้องได้ยากและโดยทั่วไปการบริการมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจึงต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและจากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งผู้ขายจะต้องจัดหาเป็นหลักประกันเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่ที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งมีเสียงดนตรีเบา ๆ ประกอบ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัด เจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน คือผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา โดยกลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดเวลาสามารถทำได้โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลา การให้บริการอย่างรวดเร็วเพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น การจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดี่ยวหรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้าช่วยในการบริการ

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพในการบริการ ซึ่งสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

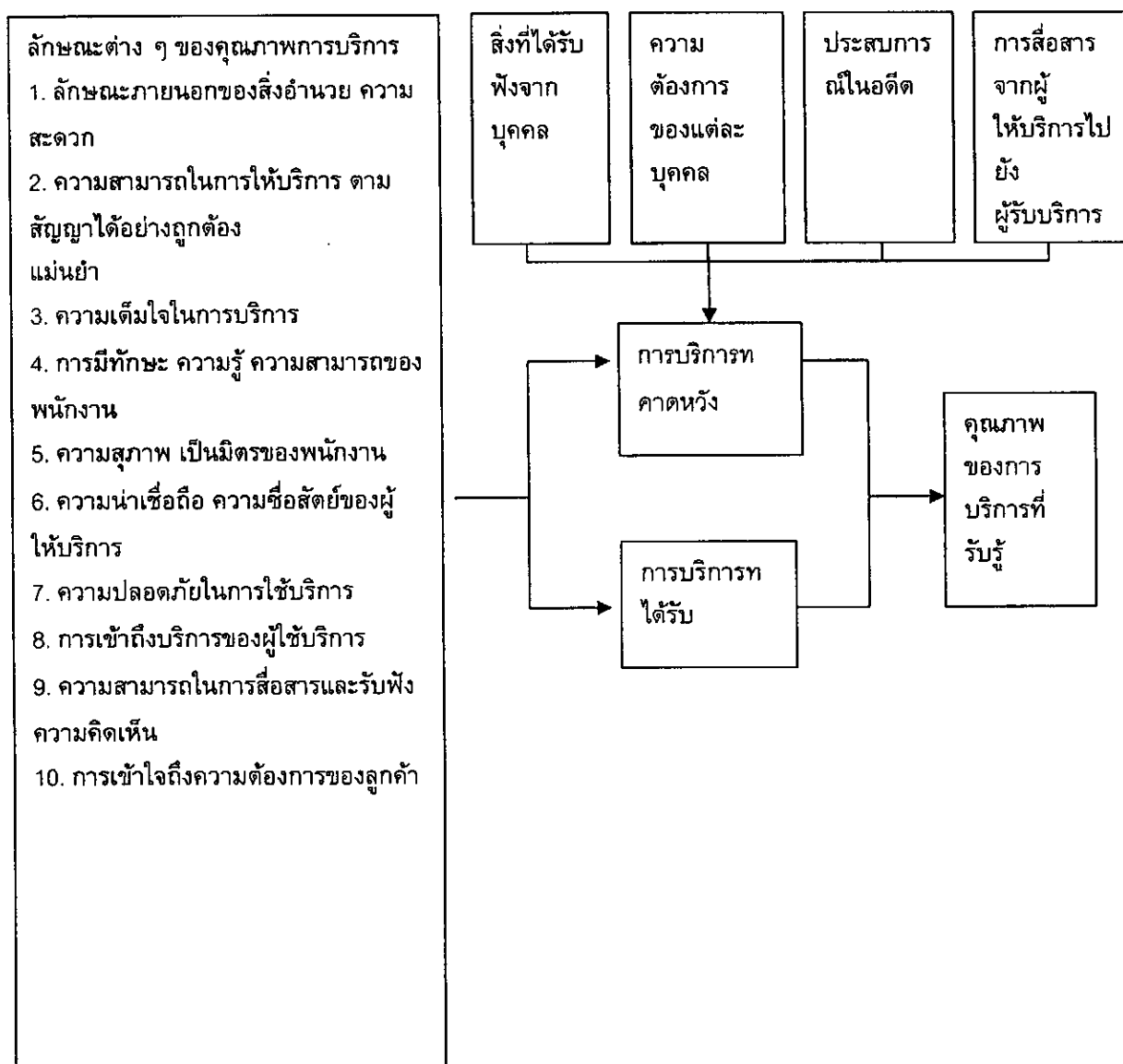
3.1 ตรวจสอบลักษณะ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เพื่อก่อให้เกิดการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้าและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาหรือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ตัวอย่าง รถประจำทางในช่วงเวลาเร่งด่วนที่มีผู้โดยสารมาก ต้องใช้รถในการให้บริการมากขึ้น สถานบันเทิงในวันศุกร์ เสาร์ ที่มีผู้ไปใช้บริการมากทำให้เกิดปัญหาการให้บริการไม่เพียงพอ

คุณภาพบริการ

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality) ของซีทอมอล, พาราสุราแมนและเบอริ (Zeithaml, Parasuraman & Berry. 1990 : 18-23) ได้กล่าวว่า Service Quality ในความคิดเห็นของลูกค้าผู้ให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า โดยลูกค้าได้มีการประเมินเกี่ยวกับคุณภาพการบริการดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงการประเมินคุณภาพบริการ

ที่มา : Zeithaml, Parasuraman & Berry. (1990). *Delivering Quality Service* : 18 - 23.

จากภาพจะพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังในการบริการ (Expected Service) ของลูกค้าคือ

1. สิ่งที่ได้รับฟังจากบุคคลอื่น (Word of Mouth Communications)
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล (Personal Needs)
3. ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience)
4. การสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งรวมถึงการส่งข้อความทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ส่งจากผู้ให้บริการไปยังผู้ใช้บริการ เช่น การโฆษณาถึงความเป็นมิตรของพนักงานในการให้บริการ (External Communications)

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการ

การบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้นั้นต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นส่วนใหญ่ มีใช้จัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการมีดังนี้

1. ด้านลักษณะที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร และอุปกรณ์ในการสื่อสาร
2. ด้านความสามารถในการให้บริการตามสัญญาได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ
3. ด้านความเต็มใจในการให้บริการและช่วยเหลือลูกค้า
4. ด้านการมีทักษะ ความรู้และความสามารถของพนักงานในการบริการ
5. ด้านความสุภาพ ความเป็นมิตรของพนักงาน
6. ด้านความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ
7. ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ
8. ด้านการเข้าถึงการบริการของผู้ใช้บริการ
9. ด้านความสามารถในการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ
10. ด้านการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า

โดยช่องว่างหรือความแตกต่างระหว่างการคาดหวังในการบริการ (Expected Service) กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ (Perceived Service) จะเป็นคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality)

ทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริการ

ฮอกิน และคณะ (มสธ. 2539 : 338 - 339) ได้อธิบายการให้บริการว่า เกิดจากการที่ผู้รับบริการเกิดการเรียนรู้ในการบริการนั้น การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นเกิดจากการได้รับประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้เป็นพฤติกรรมโดยเปลี่ยนจากการไม่เคยรู้จักบริการมาเป็นรู้จักบริการนั้น เปลี่ยนจากการไม่ชอบบริการมาเป็นชอบบริการนั้น เปลี่ยนจากไม่เคยใช้บริการนั้นมาใช้บริการนั้น
2. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร เมื่อรู้จักการให้บริการแล้วเกิดความประทับใจบริการนั้นก็กลับมาใช้บริการนั้นตลอดไปและไม่ใช้บริการที่ไม่ใช่เครื่องหมายทางการค้าหรือบริษัทเดิม

3. การเรียนรู้เกิดจากการที่ผู้รับบริการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะโดยตรงด้วยตนเองมาก่อนหรือผู้อื่นบอก

ความสำคัญของการให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน

การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ

การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ คือ

1. การต้อนรับและการเอาใจใส่
2. การให้บริการทางโทรศัพท์
3. การบริการขายหน้าร้าน
4. การให้บริการภายในสำนักงานหรือร้านค้า
5. การบริการภายหลังการขาย
6. การบริการสำหรับพนักงานช่าง
7. ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ พบว่า นักการตลาดและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้

จอห์น ซี โมเว็น และ ไมเคิล ไมเนอร์ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2540 : 190 ; อ้างอิงจาก John C. Mowen and Michale Minor. 1998 : 267) ได้ให้คำนิยามของทัศนคติไว้ว่าเป็น "แกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น จากคำนิยามนี้จะเห็นได้ว่าทัศนคติในความนึกคิดของคนไทยคือ "ใจ" นั่นเอง เพราะความรู้สึกดังกล่าวแสดงแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ตราयीห่อเพราะผู้บริโภคเคยเรียนรู้มาเช่นนั้น นอกจากนั้นเรายังถือได้ว่าทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันเกิดจากตัวบุคคลและมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ของตราयीห่อ ข้อเท็จจริงเพิ่มเติมก็คือทัศนคตินั้นยากต่อการเปลี่ยนแปลงและก็ไม่อาจทำนายพฤติกรรมได้ถูกต้องเสมอไป

ชิฟแมน และ คานุก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 188 ; อ้างอิงจาก Shiffman and kanuk. 1994 : 132) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติว่า หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พื่อใจหรือไม่พื่อใจบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

ลาวดอน และ เดล (ดารา ที่ปะปาล. 2542 : 123 ; อ้างอิงจาก Loudon and Della Bitta. 1993 : 423) ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ (positive or negative) ชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ (favorable or unfavorable) หรือเห็นด้วยหรือคัดค้าน (pro or con) ซึ่งตามนิยามนี้ เป็นการมองทัศนคติในแง่ของความรู้สึกหรือปฏิกิริยาที่มีต่อวัตถุ (object)

แอสเชล (ดารา ที่ปะปาล 2542 : 123 ; อ้างอิงจาก Assael. 1998 : 282) ทศนคติ หมายถึง ความมีใจโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อวัตถุหรือระดับชั้นของวัตถุ ในลักษณะเห็นดีเห็นชอบหรือไม่ชอบอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ เช่น ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ก็หมายถึง ความโน้มเอียงของผู้บริโภคอันเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่จะประเมินตราสินค้านั้นว่าชอบตรานั้นหรือไม่ชอบตรานั้นอย่างสม่ำเสมอคงเส้นคงวา

องค์ประกอบของทัศนคติ

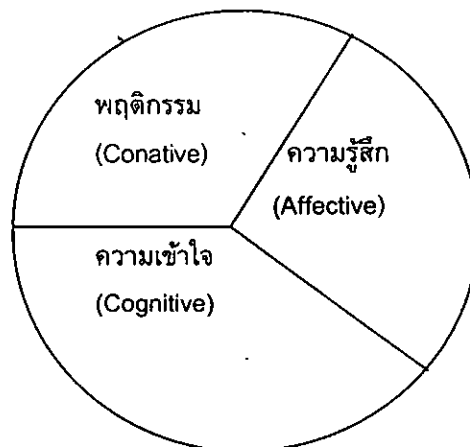
นักจิตวิทยาสังคมส่วนมากเห็นว่า ทศนคติมียองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ และได้สรุปความหมายแต่ละองค์ประกอบของทัศนคติไว้ ดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และ ความเชื่อถือ (Beliefs) ส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้จากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 1994 : 657) คุณสมบัติของสิ่งหนึ่งหรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนขององค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 1994 : 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย สภาพที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ได้แก่ ความสุข ความเศร้า ความอาย ความรังเกียจ ความกังวล ความประหลาดใจ การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธีซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้วัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยเกณฑ์ ดี - เลว ยินดี - ไม่ยินดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior component) หมายถึง ส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 657) จากความหมายนี้ ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นรวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

สรุปได้ว่าการที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เกิดจากความรู้ ความเชื่อเชิงประมาณค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้มีความรู้สึกโน้มเอียงไปในทางชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งนั้นและพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมสอดคล้องต่อความรู้สึกของตนออกมา



ภาพประกอบ 2 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ

ที่มา : Schiffman and Kanuk. . (1994) *Consumer Behavior* : 285.

คุณลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจเป็นการแสดงความรู้สึกภายในว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทั่วไปทัศนคติมีลักษณะดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ดราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่ทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทัศนคติ การจูงใจทัศนคติมีคุณภาพที่การจูงใจซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มแต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวร สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมองรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มองรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้น ถ้า

ผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทักษะเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทักษะเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาส ซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับทัศนคติ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย ตัวอย่าง นาย ก. จะรับประทานอาหารกลางวันที่ร้าน McDonald's แต่ไม่รับประทานอาหารเช้าที่ร้าน McDonald's ในกรณีนี้ร้าน McDonald's ต้องอาศัยเวลาและสถานที่ซึ่งทำให้นาย ก. ยอมรับการรับประทานอาหารเช้า สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภคแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพอใจของผู้บริโภคต่อร้าน Fast Food ที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น อาหารกลางวัน อาหารเย็น ฯลฯ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อร้าน Fast Food จะขึ้นกับสถานการณ์ในการรับประทานอาหารการเกิดทัศนคติ

การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้และการรับรู้จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายและส่วนสำคัญที่สามารถทำให้เกิดทัศนคติมีดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Personal experience) เนื่องจากในชีวิตประจำวันของบุคคลจำเป็นต้องติดต่อสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ตลอดเวลา จึงมีการประเมินสิ่งใหม่และประเมินสิ่งเก่าซ้ำ ๆ ซาก ๆ กระบวนการประเมินเหล่านี้ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาขึ้นเป็นทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ขึ้น ตัวอย่าง เช่น จากประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคกับพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ และร้านค้าต่าง ๆ ประสบการณ์เหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างและขัดเกลาทัศนคติที่มีต่อวัตถุทางการตลาด นอกจากนั้นยังมีปัจจัยอื่น ๆ อันเกิดจากตัวบุคคลนั่นเองที่มีอิทธิพลต่อการประเมินวัตถุทางการตลาดโดยตรง ที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1.1 ความต้องการ (Needs) เนื่องจากความต้องการของบุคคลนั้นไม่อยู่กับที่ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย แต่จะเปลี่ยนแปลงแปรผันไปตามกาลเวลา จึงทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปด้วย วัตถุอย่างเดียวกันจะได้รับการประเมินต่างกัน ในแต่ละช่วงเวลา นั่นคือ มีทัศนคติต่อวัตถุนั้นไม่เหมือนกันเมื่ออายุหรือวัยเปลี่ยนไป

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self concept or Self Image) ซึ่งหมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมองตัวเองว่ามีลักษณะอย่างไร เคยเป็นอย่างไรและคาดหวังจะให้เป็นอย่างไรในอนาคต และเมื่อบุคคลมีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองอย่างไรแล้วก็มีผลสะท้อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามนั้นด้วย ดังนั้นเมื่อบุคคลเผชิญกับสิ่งเร้าหรือวัตถุทางการตลาดต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลจะไม่รับรู้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้และเลือกที่จะแปลความหมายไปตามความคิดของตนเองอีกด้วย ดังนั้นการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ร้านค้าหรืออื่น ๆ ว่าตนเองมีความรู้สึกอย่างไร คิดอย่างไรหรือมีท่าอย่างไรต่อสิ่งเหล่านั้น จึงขึ้นอยู่กับแนวคิดเกี่ยวกับตนเองที่จะตีค่าต่อสิ่งเหล่านั้นด้วย

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพของบุคคลเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งคู่กับแนวความคิดแห่งตนที่มีอิทธิพลต่อการประเมินวัตถุ บุคคลที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวก้าวร้าว เฉื่อยชา เก็บตัว หรือเปิดเผย สิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีผลกระทบต่อการก่อตัวเป็นทัศนคติของบุคคลนั้นทั้งสิ้น

2. การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ (Group Associations) คนเราทุกคนย่อมได้รับอิทธิพลไม่มากนักน้อย จากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ตนเองเข้าไปร่วมอยู่ด้วยเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านทัศนคติทัศนคติของเราที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จริยธรรม สวัสดิภาพและสถานการณแวดล้อมอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของกลุ่มที่ตนเองเข้าไปเกี่ยวข้องหรือปรารถนาที่จะเข้าไปร่วมด้วยอย่างมาก กลุ่มที่คุ้นเคยหรือมีความเชื่อความคิดอย่างไร ก็จะจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติคล้อยตามไปด้วย กลุ่มดังกล่าว ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งกลุ่มวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดกันมา นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อพัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคลโดยตรง

3. ปัจจัยอิทธิพลอื่น ๆ (Influential others) การก่อตัวของทัศนคติของบุคคลนอกจากเกิดจากแหล่งหลายทางดังกล่าวมาแล้ว ทัศนคติของบุคคลหรือทัศนคติของผู้บริโภค ยังสามารถก่อตัวขึ้นหรืออาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้จากการที่ผู้บริโภคได้เข้าไปติดต่อกับบุคคลที่มีอิทธิพลที่ตนเองยอมรับและศรัทธาอีกด้วย เช่น เพื่อนที่ตนเองนับถือ ญาติพี่น้อง และผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น อย่างเช่นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การนำลักษณะของอิทธิพลประเภทนี้มาใช้ประโยชน์ทางการตลาด จะเห็นได้ว่าบ่อยครั้งผู้โฆษณาจะหานายแบบหรือนางแบบ ดาราภาพยนตร์ หรือนักร้องที่เป็นที่ชื่นชอบหรือเป็นขวัญใจมาเป็นพรีเซ็นเตอร์เพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการคล้อยตามยอมรับ โดยเฉพาะการนำเสนอโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เรียกว่า “เสี้ยวหนึ่งของชีวิต” (Slice of life) เป็นสื่อการโฆษณา ซึ่งจะมีอิทธิพลจูงใจทัศนคติของผู้ฟังหรือผู้บริโภคได้มากเพราะเป็นการแสดงให้เห็นว่า บุคคลเผชิญกับปัญหาอย่างไรและสามารถนำผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายไปใช้แก้ปัญหาอย่างไร

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude change) หมายถึง การกำหนดทัศนคติเป็นพื้นฐานที่แท้จริงของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีการเรียนรู้ซึ่งได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวและแหล่งข้อมูลอื่น บุคลิกภาพจะทำให้เกิดความรู้สึกทั้งการรับความคิดและอัตราความเร็วซึ่งทัศนคติจะมีการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Strategies of attitude change) คือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับนักการตลาดซึ่งมีโอกาที่จะเป็นผู้นำตลาดและมีจำนวนลูกค้าที่มีความนิยมและมีความภักดี จุดมุ่งหมายที่ใช้ก็คือ สร้างทัศนคติด้านบวกที่มีอยู่ของลูกค้าเอาไว้เพื่อไม่ให้พ่ายแพ้แก่คู่แข่ง วิตุประสงค์ของนักการตลาดคือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของลูกค้าของคู่แข่ง และพยายามเอาชนะให้ได้ระหว่างกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งจัดหาให้ กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีรายละเอียดดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงหน้าที่การจูงใจขั้นพื้นฐาน (Changing the basic motivational function) กลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าก็คือ การสร้างความต้องการที่สำคัญใหม่ขึ้นมา วิธีหนึ่งสำหรับการเปลี่ยนแปลงการจูงใจขั้นพื้นฐานก็คือ การศึกษาหน้าที่ (Functional approach) ในกรณีนี้ทัศนคติจะเกี่ยวข้องกับการสร้างหน้าที่ 4 หน้าที่ ดังนี้

1.1 หน้าที่ในการสร้างผลประโยชน์ (Utilitarian function) หน้าที่นี้ยึดหลักว่าส่วนของทัศนคติในตราสินค้า เพราะอรรถประโยชน์ของตราสินค้า ถ้าผลิตภัณฑ์ได้ช่วยเหลือเราในอดีตแม้ว่าจะเป็นวิธีการ

ส่วนน้อยก็จะมีทัศนคติที่พึงพอใจต่อสิ่งนั้น ดังนั้นในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้พอใจผลิตภัณฑ์โดยแสดงว่าผลิตภัณฑ์สามารถให้ประโยชน์แก่ลูกค้า

1.2 หน้าที่ในการป้องกันอีโก้ (The Ego-defensive function) บุคคลส่วนใหญ่ต้องการป้องกันภาพลักษณ์ส่วนตัวจากความรู้สึกสงสัยที่อยู่ภายใน การโฆษณาเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพส่วนตัวเพื่อสนองความต้องการนี้ ในการยอมรับความต้องการจะเพิ่มขึ้นทั้งความสัมพันธ์ต่อผู้บริโภคและความน่าจะเป็นของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พึงพอใจโดยการเสนอความมั่นใจให้กัน

1.3 หน้าที่ในการแสดงมูลค่า (The Value-experience function) ทัศนคติเป็นสิ่งที่แสดงความรู้สึกหรือสะท้อนถึงมูลค่าทั่วไป รูปแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภคที่มีทัศนคติด้านบวกต่อการเป็นเจ้าของอุปกรณ์เคเบิลทีวีใหม่ล่าสุด ทัศนคติที่มีต่อเคเบิลทีวีจะสะท้อนถึงมูลค่าของเคเบิลทีวี ดังนั้น นักการตลาดจะต้องชี้ถึงมูลค่ารูปแบบการดำรงชีวิตหรือบุคลิกลักษณะเหล่านี้ในการโฆษณา

1.4 หน้าที่ในการให้ความรู้ (The Knowledge function) แต่ละบุคคลจะมีความต้องการที่จะทราบและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งของและบุคคลซึ่งเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัวซึ่งเรียกว่าเป็นความต้องการที่จะมีความรู้ของผู้บริโภค (The Consumer's need to know) ความต้องการที่จะเข้าใจด้านนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับนักการตลาดในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งตราสินค้าจะพยายามตอบสนองความต้องการที่จะทราบของผู้บริโภคเพื่อปรับปรุงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าโดยเข้าถึงข้อดีที่เหนือกว่าคู่แข่ง

1.5 การรวมหลายหน้าที่ (Combining several functional) เนื่องจากผู้บริโภคที่แตกต่างกันอาจจะชอบหรือไม่ชอบผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน โครงสร้างตามหน้าที่เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคจะมีประโยชน์อย่างมากในการออกแบบโฆษณา

2. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับกลุ่มเป้าหมาย เหตุการณ์ หรือเหตุผลเฉพาะอย่าง (Associating the product with a special group, event, or cause) ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลหรือเหตุการณ์ทางสังคม จึงเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ บริการและตราสินค้าโดยระบุถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มสังคม เหตุการณ์หรือเหตุผลเฉพาะอย่าง

3. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่ขัดแย้งกัน 2 ประการ (Relating two conflicting attitude) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่ติดจริงกับทัศนคติที่ขัดแย้งกัน กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติสามารถออกแบบเพื่อสร้างข้อดีของข้อขัดแย้งระหว่างทัศนคติ โดยเฉพาะถ้าผู้บริโภคมองเห็นว่าทัศนคติที่มีต่อตราสินค้ามีความขัดแย้งต่อทัศนคติอื่นจะถูกจูงใจให้เปลี่ยนแปลงการประเมินในตราสินค้า

4. การเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของโมเดลคุณสมบัติหลายประการ (Altering components of the multi-attribute model) เป็นการประยุกต์ใช้โมเดลทัศนคติคุณสมบัติหลายประการสำหรับกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง โดยพิจารณาถึงกลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดังนี้

4.1 การเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง (Changing the relative evaluation of attributes) ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หลายชนิดมีโครงสร้างซึ่งมีส่วนตลาดของผู้บริโภคที่แตกต่างกันที่ได้รับการจูงใจ สำหรับตราสินค้าซึ่งเสนออุปลักษณะหรือความเชื่อที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง ยาแก้ปวดศีรษะมีหลายยี่ห้อ ยาแก้ปวดศีรษะเหล่านี้จะจูงใจตลาดซึ่งมีส่วนของตลาดที่แตกต่างกัน

4.2 การเปลี่ยนแปลงความเชื่อในตราสินค้า (Changing brand beliefs) กลยุทธ์การมุ่งความสำคัญที่ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยมุ่งที่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อหรือการรับรู้

เกี่ยวกับตราสินค้า สิ่งนี้นำไปใช้มากในการจูงใจการโฆษณาโดยการระบุคำว่า ดีกว่า ดีที่สุด มากกว่า หนึ่งเดียวทั่วโลก ในคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์

4.3 การเพิ่มคุณสมบัติ (Adding an attribute) โดยการเพิ่มคุณสมบัติซึ่งได้ละเลยมาก่อนหรือสิ่งซึ่งแสดงการปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

4.4 การเปลี่ยนคะแนนตราสินค้าทั้งหมด(Changing the overall brand rating) เป็นความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงการประเมินตราสินค้าทั้งหมดโดยปราศจากความพยายามที่จะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณสมบัติตราสินค้าด้านใดด้านหนึ่ง กลยุทธ์นี้ขึ้นกับรูปแบบของข้อความกลยุทธ์ทั่วโลกที่ว่าเป็นตราสินค้าที่ขายได้มากที่สุด หรือเป็นตราซึ่งบุคคลพยายามเลียนแบบหรือการอ้างที่คล้ายคลึงกันซึ่งกำหนดตราที่ต่างจากคู่แข่ง

5. การเปลี่ยนแปลงความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราสินค้าของคู่แข่ง (Changing beliefs about competitors' brand) กลยุทธ์นี้จะเกี่ยวข้องกับความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติตราสินค้าของคู่แข่งหรือชนิดของผลิตภัณฑ์

6. Elaboration Likelihood Model (ELM) กลยุทธ์นี้เสนอทัศนะทั่วโลกที่ว่าทัศนคติของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่แตกต่างกัน 2 ประการ คือ เส้นทางจูงใจส่วนกลางและเส้นทางรอบนอก

เส้นทางศูนย์กลาง (Central routes) เป็นส่วนที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เมื่อการจูงใจหรือความสามารถของผู้บริโภคในการประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ในระดับสูง ซึ่งก็คือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคค้นหาข้อมูลที่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อผู้บริโภคเต็มใจที่จะทำความเข้าใจ เรียนรู้ หรือประเมินข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นในลักษณะเส้นทางศูนย์กลาง

ในทางตรงกันข้ามเมื่อการจูงใจหรือทักษะในการประเมินของผู้บริโภคต่ำ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นในเส้นทางรอบนอก (Peripheral routes) โดยปราศจากการมุ่งที่ข้อมูลที่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในกรณีนี้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นผลลัพธ์จากการจูงใจ เช่น การแจกของตัวอย่าง คุปอง การใช้ผู้รับรองที่มีชื่อเสียง

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟแมน และ คานุก. (Schiffman and Kanuk. 1994 : 5) ได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอย ผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543 : 5) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย (Stanton and Futrell. 1987 : 649) นักการตลาดได้ศึกษาถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์อันประกอบด้วย ความต้องการด้านร่างกายและความต้องการด้านจิตวิทยาต่าง ๆ ความต้องการเหล่านี้ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน ทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงและนิยมนำมาใช้คือ

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) มีข้อสมมติฐานพื้นฐานดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการจะมีความสำคัญแตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถจะลำดับความสำคัญของความต้องการได้ (Hierarchy of needs)

3. บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
4. เมื่อบุคคลได้สิ่งที่ต้องการบำบัดความต้องการของตนแล้วความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไป
5. บุคคลจะเริ่มสนใจในความสำคัญอย่างอื่นต่อไป

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับจากต่ำไปสูง

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการยกย่องและความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ

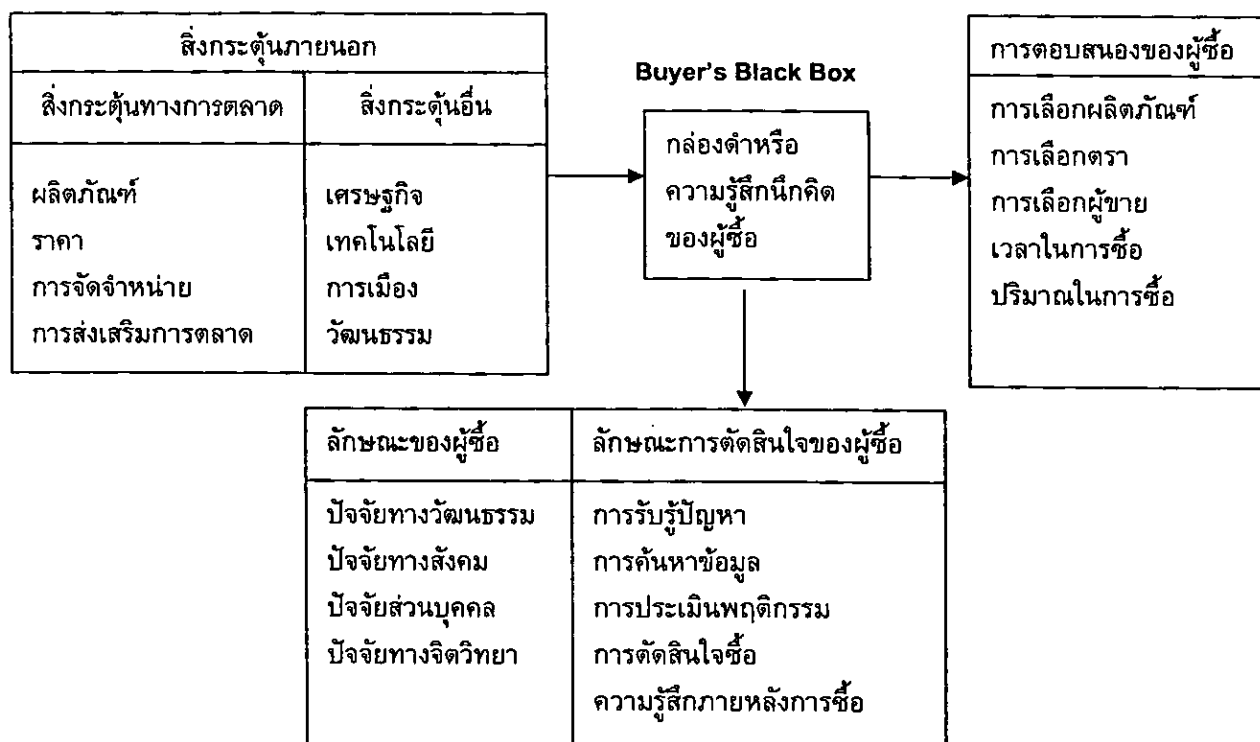
3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness need) เช่น ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่เกาะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ สินค้าที่สามารถสนองความต้องการนี้ ได้แก่ ของขวัญ เครื่องแบบ ดอกกุหลาบ เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self – esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม สินค้าที่สนองความต้องการในด้านนี้ ได้แก่ บ้าน หูรุม รถยนต์ราคาแพง แหวนเพชร เพอร์นิเจอร์ราคาแพง

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการในข้อนี้ ได้แก่ ล็อตเตอรี่ ศัลยกรรมตกแต่ง เครื่องสำอาง ปรินท์รูปบัตร เป็นต้น

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)



ภาพประกอบ 3 แสดงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
ที่มา : Kotler Philip. (1977) *Marketing Management* : 172.

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจในการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้สะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่มีอยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3. สิ่งกระตุ้นด้านกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเทียบกับเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Response) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ(ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามืทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปัง

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟร์โมสต์ มะลิ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านค้าใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลา เช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่องครึ่งโหลหรือหนึ่งโหล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ผ่านเข้ามาในความรูสึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรูสึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้เพื่อจะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป้าหมายได้ถูกต้อง ลักษณะของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคม โดยสตรีมีบทบาทในสังคมมากขึ้น มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต บุคคลมีความห่วงใยสุขภาพของตนเอง

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อยและชั้นของสังคมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทย

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างที่มีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นของสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะแตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง นักการตลาดต้องศึกษาชั้นสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งจัดส่วนประสมการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละชั้นสังคมได้ถูกต้อง ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ คือ ระดับสูง (Upper class) ระดับกลาง (Middle class) ระดับต่ำ (Lower class)

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Social Factors) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.2.1. กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.2.2. กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิดีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ เช่น อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12 – 19 ปี, 20 – 34 ปี, 35 – 49 ปี, 50 – 64 ปี, 65 ปี ขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่น ชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ประสิทธิภาพการและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบิน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstance) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทัศนคติ บุคลิกภาพ แนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคมหรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรืออาจหมายถึง กระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้ จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และการตอบสนอง (Response) และสิ่งกระตุ้นที่จะมีอิทธิพลที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาคูค้า

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่ สร้างให้เกิดความเชื่อถือว่าน้ำมันเอสโซ่มีพลังสูง โดยใช้สโลแกนว่า จับเสือใส่ถังพลังสูง เป๊ปซี่ สร้างให้เกิดความเชื่อว่าเป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่

4.5 ทศคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึงความเชื่อ ในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ

คำว่าสินเชื่อถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนชนิดหนึ่ง ถึงแม้ว่าสินเชื่อจะไม่ใช้เงินตรา (Money) ก็ตาม แต่ก็ยอมรับว่าใกล้เคียงเงินตรามากที่สุดตามที่สากลทั่วไปยอมรับ การที่สินเชื่อเข้ามาเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการหรือการกู้ยืมเงินนั้นทำให้เกิดความผูกพันและมีความสัมพันธ์ในทางธุรกิจซึ่งอาจเป็นบุคคลต่อบุคคล บุคคลต่อธุรกิจ ธุรกิจต่อธุรกิจ บุคคลต่อรัฐบาลหรือธุรกิจต่อรัฐบาลก็ได้ ดังนั้น การให้สินเชื่อจะเกิดขึ้นก็เพื่อมีความเชื่อถือเป็นหลักสำคัญ

ดาร์ณี พุทธิวิบูลย์. (2531 : 1) ได้ให้ความหมายของคำว่าสินเชื่อว่าหมายถึง ความเชื่อและความไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้สินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขเวลาการชำระหนี้คืนในอนาคต

ชนินทร์ พิทยาวิวิธ. (2533 : 3) สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อโดยมีวิวัฒนาการมาจากระบบเศรษฐกิจที่ใช้สิ่งของแลกเปลี่ยนกัน เรียกกระบวนเศรษฐกิจในช่วงนี้ว่า "Barter Economy" ต่อมาได้พัฒนาเข้าสู่ระยะที่มนุษย์ได้หาวิธีเพื่อให้เกิดความสะดวกในการแลกเปลี่ยน โดยนำวัตถุหรือแร่ธาตุมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนโดยเรียกวัตถุนี้ว่า "เงินตรา" (Money)

การบริหารงานสินเชื่อโดยทั่วไป

จารณี พุทธิวิบูลย์ 2531 : 7 - 14 กล่าวว่า การจัดการสินเชื่อเริ่มตั้งแต่การพิจารณาปล่อยสินเชื่อจนถึงการเรียกเก็บหนี้ ซึ่งจะมีแนวโน้มของการจัดการสินเชื่อเพื่อให้มีประสิทธิภาพดังนี้

1. การบริหารสินเชื่อต้องมีกระบวนการบริหารไปตามหลักการบริหารทั่วไป คือ มีการวางแผน (Planning) การจัดสายงาน (Organization) การปฏิบัติการให้สอดคล้องกับเป้าหมายหรือนโยบายของธนาคาร
2. การบริหารงานสินเชื่อ จำเป็นต้องคำนึงถึงเป้าหมายหลักของกิจการก่อนที่จะกำหนดเป้าหมายของการบริหารสินเชื่อจะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของกิจการธนาคารคือ การรักษาสภาพคล่อง และเป้าหมายในการทำกำไร
3. การบริหารสินเชื่อต้องคำนึงถึงความร่วมมือและประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ขององค์กรด้วย
4. ผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานสินเชื่อต้องมีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
5. การบริหารงานสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารต้องทำหน้าที่การบริหารงานสินเชื่อเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การกำหนดแผนงานโครงการ และการกำหนดหน่วยงานแต่ละบุคคล

เงื่อนไขสินเชื่อเพื่อการบริโภคของสถาบันการเงิน

เงื่อนไขสินเชื่อเพื่อการบริโภคของธนาคารพาณิชย์ ธนาคารภาครัฐ บริษัทเงินทุน และสหกรณ์ มีเงื่อนไขเงินกู้คล้ายกัน ได้แก่

1. เงื่อนไขเกี่ยวกับหลักประกัน สถาบันการเงินจะกำหนดหลักประกัน ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือทรัพย์สิน
 2. เงื่อนไขเกี่ยวกับวงเงินกู้และงวดเวลาผ่อนส่ง สถาบันการเงินจะกำหนดวงเงินกู้และงวดผ่อนส่งโดยพิจารณารายได้ของผู้ขอสินเชื่อ โดยจะกำหนดวงเงินและงวดเวลาผ่อนส่งในจำนวนที่ผู้ขอสินเชื่อจะผ่อนชำระต่อเดือนประมาณ 1 ใน 3 ของรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้เพื่อให้เป็นภาระต้องงวดแก่ผู้ขอสินเชื่อจนเกินไป ซึ่งถ้าต้องผ่อนส่งในจำนวนมาก อาจจะไม่สามารถผ่อนส่งครบจำนวนงวดตามที่กำหนดก็ได้และปัญหาในการเรียกเก็บและติดตามหนี้ก็จะตามมา
 3. เงื่อนไขเกี่ยวกับการผ่อนชำระ กำหนดเงื่อนไขการผ่อนชำระ 3 ลักษณะ โดย 2 ลักษณะแรกเป็นวิธีที่นิยมปฏิบัติในสถาบันการเงินในระบบมีรายละเอียดดังนี้
 - 3.1 ชำระเงินต้นเท่ากันทุกงวดโดยดอกเบี้ยคิดจากยอดค้างชำระ ซึ่งทำให้เงินรวมผ่อนต้องงวดไม่เท่ากัน
 - 3.2 ชำระเงินรวมผ่อนต้องงวดเท่ากันโดยดอกเบี้ยคิดจากยอดค้างชำระซึ่งทำให้เงินต้นและดอกเบี้ยแต่ละงวดไม่เท่ากัน
 - 3.3 ชำระเงินต้นเท่ากันทุกงวดและดอกเบี้ยก็จะผ่อนเท่ากันทุกงวดเช่นกัน โดยคิดดอกเบี้ยจากยอดเงินต้นคงที่ ซึ่งทำให้เงินรวมผ่อนรายงวดก็จะเท่ากันทุกงวดด้วย
- เงื่อนไขการผ่อนส่งของสินเชื่อเพื่อการบริโภคในข้อ 3.1 กับข้อ 3.2 อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงจะเท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่ตกลงกัน ส่วนกรณีที่ 3.3 ซึ่งนิยมใช้ในตลาดการเงินนอกระบบนั้น อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงจะมากกว่าดอกเบี้ยที่ตกลงกัน

4. เงื่อนไขอื่น ๆ ที่ต้องกำหนด ได้แก่ กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน สถานที่และการเก็บรักษาทรัพย์สิน ตลอดจนเงื่อนไขที่จะปฏิบัติเมื่อผู้กู้ผิดนัดชำระเงิน

4.1 กรรมสิทธิ์ กรณีที่นำเงินสดที่ได้จากสินเชื่อ ไปจัดซื้อทรัพย์สิน กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินที่ผ่อนส่งมักจะระบุชื่อของสถาบันการเงินผู้ให้กู้เป็นเจ้าของ และจะทำการโอนให้ผู้กู้ก็ต่อเมื่อการผ่อนชำระเงินเสร็จสิ้นแล้ว แต่สำหรับทรัพย์สินบางประเภท เช่น ที่ดิน บ้าน อาจจะระบุชื่อผู้กู้เป็นเจ้าของโดยผู้กู้ต้องทำสัญญาจำนองทรัพย์สินนั้นแก่ผู้ให้กู้

4.2 สถานที่และการเก็บรักษาทรัพย์สิน กรณีที่นำเงินสดไปจัดซื้อทรัพย์สินมาบริโภค ผู้กู้จะต้องเก็บรักษาทรัพย์สินไว้ในสถานที่ที่ระบุไว้ในสัญญา การเคลื่อนย้ายต้องได้รับอนุญาตจากผู้ให้กู้เป็นลายลักษณ์อักษร ส่วนการเก็บรักษาทรัพย์สินต้องจัดให้มีความปลอดภัย มีการประกันภัยและสลักหลังกรรมธรรม์ยกประโยชน์ให้ผู้กู้

4.3 การปฏิบัติเมื่อผู้กู้ผิดนัดชำระเงิน การชำระเงินล่าช้ากว่าวันที่กำหนดไว้ในสัญญาจะต้องมีการตกลงเงื่อนไขเกี่ยวกับการติดดอกเบี้ยเมื่อชำระเงินเกินกำหนด นอกจากนี้ยังต้องมีเงื่อนไขการค้างชำระหลายงวดติดต่อกันด้วย โดยปกติจะกำหนดเงื่อนไขว่าถ้าผู้ค้างชำระสองงวดติดต่อกัน ให้ถือว่าผู้กู้ผิดสัญญา ผู้ให้กู้มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันทีและผู้กู้ยอมให้รับเงินที่ได้ชำระแก่ผู้ให้กู้ไปแล้วทั้งสิ้น ทั้งยินยอมส่งมอบทรัพย์สินคืนในสภาพเรียบร้อยแก่ผู้กู้ทันที

การกำหนดวงเงินสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค

สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคคือ สินเชื่อที่อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคทั่วไปสามารถมีไว้ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในเรื่องส่วนตัวที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า โดยที่ขณะนั้นผู้กู้ยังไม่มีเงินออมเพียงพอที่จะซื้อหาสิ่งเหล่านั้นได้ ทั้งนี้โดยอาศัยรายได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเป็นแหล่งเงินที่จะชำระคืน หรืออาจจะกล่าวอีกแง่หนึ่งก็คือผู้ให้กู้ให้ผู้กู้นำเงินรายได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตไปใช้ก่อนล่วงหน้านั่นเอง

ราคาของเครื่องอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การที่จะออมเงินจนได้จำนวนที่ต้องการแล้วนำไปซื้อสิ่งที่ต้องการมักจะทำได้ยาก ประชาชนทั่วไปจึงนิยมที่จะจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ และได้สิ่งของนั้นมาใช้เลยมากกว่าจะเสี่ยงกับราคาของที่เพิ่มขึ้นและอัตราเงินเฟ้อซึ่งทำให้ค่าของเงินออมลดลง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในความหมายของการให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคได้แก่

1. ที่อยู่อาศัย ตั้งแต่การปลูกบ้าน ชื้อบ้านตลอดจนต่อเติมซ่อมแซมอาคาร
2. รถยนต์ ซึ่งในปัจจุบันถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน
3. เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในบ้าน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนเครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ
4. การพักผ่อน เช่น การท่องเที่ยวในต่างประเทศ ทักษะศึกษา
5. เพื่ออำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น การส่งบุตรหลานไปศึกษาต่อต่างประเทศ ตลอดจนความจำเป็นในการใช้เงินอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตโดยทั่ว ๆ ไป

สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคเป็นสินเชื่อที่ให้แก่ผู้บริโภคในรูปของสินค้า บริการหรือเงินสด การเงินที่มีบทบาทสำคัญและรู้จักกันทั่วไป ได้แก่ สถาบันการเงินของภาครัฐและธนาคารพาณิชย์ การกำหนดวงเงินสินเชื่อที่กำหนดให้แก่บุคคลเพื่อช่วยเหลือให้มีมาตรฐานครองชีพที่ดีขึ้นเป็นหลัก สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคแบ่งออกได้เป็น สินเชื่อระยะสั้นและสินเชื่อระยะยาว ดังนั้นการกำหนดวงเงินสินเชื่อจึงแบ่งตามชนิดของสินเชื่อได้เป็น วงเงินสินเชื่อระยะสั้นและวงเงินสินเชื่อระยะยาว

การกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะสั้น

สินเชื่อระยะสั้น หมายถึง สินเชื่อที่ผู้กู้ควรชำระคืนแก่เจ้าหนี้ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลา 1 ปี จากลักษณะของสินเชื่อที่กำหนดให้ลูกหนี้ชำระหนี้ให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาอันสั้น วงเงินสินเชื่อจึงมักจะมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับวงเงินที่กำหนดให้สำหรับสินเชื่อระยะยาว วงเงินสินเชื่อจะมีจำนวนมากหรือน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ วัตถุประสงค์ รายได้ ความสามารถในการชำระหนี้ และหลักประกัน ในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินผู้กู้จะต้องระบุวัตถุประสงค์ของการกู้เงิน ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การกู้เงินระยะสั้นผู้กู้มักจะนำไปใช้ในรายการที่เกิดจากความขาดแคลนชั่วคราว และจำเป็นต้องใช้อย่างเร่งด่วน เช่น ซ่อมแซมบ้าน ซ่อมรถ จ่ายค่าตัวเครื่องบินให้บุตรหลานไปต่างประเทศ หรือจ่ายค่าเล่าเรียน เป็นต้น เมื่อตรวจสอบวัตถุประสงค์ของการขอกู้เงินแล้ว ธนาคารจะพิจารณารายได้และความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ เพื่อที่จะดูว่ารายได้ที่ผู้กู้ได้รับนั้นจะมีเพียงพอที่จะชำระหนี้ให้เสร็จสิ้นได้ตามจำนวนที่ขอกู้หรือไม่ในระยะเวลา ซึ่งการพิจารณารายได้นั้นจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ด้วย คือ วิเคราะห์ต่อไปว่ารายได้ที่ผู้กู้ได้รับนั้นมีการผูกพันอะไรบ้าง รายได้ส่วนที่เหลือจากภาระผูกพันมีมากพอที่จะให้ผู้กู้จ่ายเงินกู้ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาเท่าใด รายได้และความสามารถในการชำระหนี้จึงเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยในการตัดสินใจว่า ควรกำหนดวงเงินสินเชื่อให้ตามที่ผู้กู้ขอมาหรือควรให้น้อยลง และเมื่อพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบเพิ่มขึ้น เช่น ประวัติบุคคล ความตั้งใจในการชำระหนี้ ผู้ค้ำประกัน เป็นต้น ก็จะสามารถกำหนดวงเงินที่แน่นอนได้

การกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะยาว

สินเชื่อระยะยาว หมายถึง สินเชื่อที่ผู้กู้สามารถชำระคืนแก่เจ้าหนี้ให้เสร็จสิ้นได้ในระยะเวลาที่เกินกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยทั่วไปบุคคลจะใช้สินเชื่อระยะยาวเพื่อนำไปซื้อสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ บ้าน ที่ดิน รถยนต์ ซึ่งสินทรัพย์เหล่านี้มีอายุการใช้งานนานและมีราคาแพง ซึ่งบุคคลไม่สามารถหาซื้อได้ด้วยกำลังทรัพย์ที่มีในปัจจุบัน แต่เนื่องจากสินเชื่อระยะยาวเป็นการใช้สินเชื่อเพื่อซื้อสินทรัพย์ถาวร จำนวนสินเชื่อหรือจำนวนเงินที่ขอกู้จึงมีจำนวนสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินเชื่อระยะสั้น ธนาคารผู้ให้สินเชื่อต้องมีความเสี่ยงมากขึ้นกับการให้สินเชื่อ ดังนั้นในการกำหนดวงเงินสินเชื่อซึ่งต้องพิจารณาควบคู่กับการตัดสินใจให้สินเชื่อ จึงต้องพิจารณาปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ซึ่งปัจจัยหลักที่ต้องพิจารณาก็เช่นเดียวกับปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะสั้น ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ การตรวจสอบวัตถุประสงค์ของการขอกู้นั้น ก็เพื่อที่จะสืบให้ทราบว่าผู้กู้นำเงินไปใช้จ่ายในทางใด ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ผู้ให้กู้กำหนดไว้หรือไม่ การตรวจสอบวัตถุประสงค์เป็นวิธีทางที่ช่วยมิให้มีการให้สินเชื่อที่มากเกินไป และป้องกันมิให้ผู้กู้นำไปใช้ในทางที่ผิด ซึ่งอาจเป็นการนำไปลงทุนทำกิจกรรมที่ผิดกฎหมายหรือเก็งกำไร เป็นการลดความเสี่ยงให้แก่ธนาคาร ดังจะเห็นได้ว่า ถ้าผู้กู้ขอกู้เพื่อนำไปซื้อบ้าน วงเงินที่ควรกำหนดให้ย่อมต้องมากกว่าวงเงินที่ขอกู้เพื่อซื้อรถยนต์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการชำระหนี้ การกู้เงินระยะยาวก็ต้องพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ ในทำนองเดียวกับการพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ของการกู้ยืมระยะสั้น ทั้งนี้เพราะโดยทั่วไป การกู้ยืมระยะยาว ผู้กู้จะต้องจ่ายเงินกู้โดยการผ่อนส่งเป็นรายงวด การตรวจสอบรายได้และภาระที่ผู้กู้ต้องรับผิดชอบจะแสดงให้เห็นว่า ผู้กู้มีความสามารถในการชำระหนี้ได้หรือไม่ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงอนาคตในระยะยาวด้วย ดังได้กล่าวแล้วว่า สินเชื่อระยะยาวคือสินเชื่อที่ต้องชำระให้เสร็จสิ้นโดยมีระยะเวลานานเกินกว่า 1 ปี การตรวจสอบในขั้นนี้ทำได้ค่อนข้างยาก ทั้งนี้เพราะผู้กู้ไม่ค่อยยอมให้ข้อมูลที่

ครบถ้วนและไม่สามารถคาดคะเนความสามารถในการชำระหนี้ในระยะยาวของผู้กู้ได้แน่นอน ดังนั้น การให้สินเชื่อระยะยาว ธนาคารจึงต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกันเพื่อเป็นหลักประกันความเสี่ยงเพิ่มขึ้นนอกจากการพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะแม้ว่าผู้กู้จะมีความตั้งใจที่จะชำระหนี้และจากการพิจารณาเบื้องต้นคาดว่าผู้กู้มีความสามารถในการชำระหนี้ แต่ถ้าเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาก่อนทำให้ผู้กู้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลง นั้นหมายถึงธนาคารต้องรับภาระอันเกิดจากการสูญเสียแต่เพียงผู้เดียว

3. หลักประกัน หลักประกันแบ่งได้เป็นหลายชนิด ได้แก่ บุคคลค้ำประกัน เงินฝากประจำที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง หลักทรัพย์ประเภทใบหุ้น ฯลฯ หลักประกันแต่ละชนิดจะถูกใช้เป็นส่วนประกอบในการพิจารณากำหนดวงเงินสินเชื่อที่แตกต่างกัน การใช้บุคคลค้ำประกันไม่สามารถทำได้ทุกกรณี เพราะบุคคลที่จะเป็นค้ำประกันได้นั้นอาจจะต้องเป็นผู้ที่มีเครดิตดี มีฐานะ มีสินทรัพย์เพียงพอที่จะค้ำประกันเงินกู้ได้โดยต้องเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์กับผู้กู้และต้องไม่มีภาระผูกพันด้านหนี้สินหรือค้ำประกันผู้อื่นมาก่อน หรือการใช้ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน ธนาคารอาจกำหนดวงเงินให้กู้เพียง 80 – 90% ของราคาประเมินของที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการกู้ยืมระยะยาวจะเน้นเรื่องหลักประกันมากกว่าการกู้ยืมระยะสั้น ทั้งนี้เพราะสินเชื่อระยะยาวมีความเสี่ยงที่สูงกว่าเนื่องจากความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาวคาดคะเนได้ยาก ประกอบกับวงเงินกู้ยืมมักมีจำนวนที่สูง หลักทรัพย์ค้ำประกันจึงต้องการสินทรัพย์ถาวรที่มีราคา ซึ่งจัดเป็นหลักประกันชั้นหนึ่งที่แตกต่างกันจากหลักประกันของการกู้ยืมระยะสั้นที่อาจใช้บุคคลค้ำประกัน ซึ่งจัดเป็นหลักประกันรอง

ประวัติและการวิวัฒนาการของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินได้ก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2456 โดยพระราชบัญญัติคลังออมสิน พุทธศักราช 2456 ได้วิวัฒนาการมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นระยะเวลา 3 ระยะคือ

1. ระยะแรก การก่อตั้งคลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ (พ.ศ.2456 - 2472)
2. ระยะที่สอง คลังออมสินสังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข (พ.ศ.2472 - 2490)
3. ระยะที่สาม ยกฐานะเป็นธนาคารออมสิน (พ.ศ. 2490 – ถึงปัจจุบัน)

ระยะแรก การก่อตั้งคลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ (พ.ศ. 2456 – 2472)

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาจุฬาลงกรณ์ พระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณ พระราชทานกำเนิดคลังออมสินขึ้นในประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2456 โดยทรงตราพระราชบัญญัติคลังออมสิน พุทธศักราช 2456 ขึ้น

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ได้ทรงสนพระราชหฤทัยการออมสินมาตั้งแต่ครั้งพระองค์เสด็จฯ ไปทรงศึกษาวิชาการ ณ ประเทศอังกฤษ (เวลานั้นทรงดำรงพระอิสริยยศ เป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร) โดยที่พระองค์ได้ทอดพระเนตรเห็นแบบอย่าง และวิธีการคลังออมสินของประเทศอังกฤษ จึงทรงตั้งพระทัยที่จะให้มีการออมสินขึ้นในประเทศไทย ครั้นเมื่อพระองค์เสด็จฯ กลับประเทศไทย และมีวังที่ประทับเรียบร้อยแล้ว จึงทรงพระดำริที่จะให้มีการออมสินขึ้นในประเทศไทย ในชั้นต้นมีพระประสงค์ที่จะทรงฝึกหัดพวกมหาดเล็กเด็กชายของพระองค์ให้รู้จักเก็บออมเงินไว้ตั้งแต่ยังเป็นเด็กเล็กเสียก่อน ดังนั้นพระองค์ทรงตั้งสำนักงานคลังออมสินขึ้น ณ วังที่ประทับคือพระตำหนักสวนจิตรลดา (ในบริเวณสวนปารุสกวัน) เมื่อ พ.ศ. 2540 พระราชทานนามแบงก์นั้นว่า “สืฟอเทีย”

แบงค์ “ลีฟอเทีย” นี้ พระองค์ทรงเป็นประธานกรรมการ พลเอกเจ้าพระยามารามราชภพ (ม.ล.เพ็ญ พงบุญ ณ อยุธยา) เป็นกรรมการผู้จัดการ และพระยาธรรมาธิบดี (เทียบ อัครวิทย์) เป็นกรรมการ และมีเสมียนอีก 1 คน “ลีฟอเทีย” ก็ยืมมาจากชื่อของผู้เป็นกรรมการ คือ ลี แปลว่าใหญ่ได้แก่ ล้นเกล้ารัชกาลที่ 6 ซึ่งเป็นประธานหรือเจ้าของแบงค์ ฟอ ได้แก่ เพื่อ และเทีย ได้แก่ เทียบ พระองค์ได้ประทานพระอธิบาย ถึงวิชาการฝากและถอนเงิน รวมทั้งข้อบังคับและระเบียบของแบงค์แก่พวกมหาดเล็กเด็กชายดังกล่าวจนเป็นที่เข้าใจ นับแต่นั้นมา พวกมหาดเล็กในพระองค์ต้องนำเงินที่ได้รับประทานมาฝากที่แบงค์ทุกคน เมื่อต้องการใช้ก็ถอนได้ นี่คือมูลฐานการกำเนิดคลังออมสินในประเทศไทยโดยทางพฤตินัย ต่อมาเมื่อพระองค์เสด็จขึ้นเถลิงถวัลย์ราชสมบัติสืบสันตติวงศ์ ต่อจากสมเด็จพระบรมมหาราชชนกนาถ ซึ่งเสด็จสวรรคต เมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2543 พระองค์ได้ทรงมีพระราชดำริที่จะตั้งคลังออมสินสำหรับฝากเงินแก่ราชการที่เก็บออมไว้ได้เพื่อจะได้ปลอดภัย จากโจรผู้ร้ายปล้นสะดม และทรงมีราชโอรยาภิเษกให้ราชบุตรที่เยาว์ใช้จ่ายสุรุษสุราย เช่น เล่นการพนัน เป็นต้น พระองค์จึงได้ทรงมีพระราชดำรัสถามความรู้สึกและความคิดเห็นของราชบุตร และได้ทรงปรึกษาราชการกับพระบรมวงศานุวงศ์และเสนาบดีเป็นเชิงขอความคิดเห็นส่วนพระองค์ ซึ่งทั้งหมดก็เห็นชอบด้วยพระราชดำริจึงโปรดเกล้าฯ ให้หาเรื่องที่จะจัดตั้งคลังออมสินเข้าสู่ระเบียบวาระการประชุมเสนาบดี เมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2455 (ร.ศ. 131)

ในที่สุด ร่างพระราชบัญญัติและกฎข้อบังคับ ในการที่จะจัดคลังออมสินก็ปรากฏออกมาทันพระราชประสงค์ ซึ่งกรมหลวงจันทบุรีนฤนาถได้ทรงมีลายพระหัตถ์เลขา กราบบังคมทูลพระกรุณา ทูลเกล้าฯ ถวายร่างพระราชบัญญัติและกฎข้อบังคับของคลังออมสินได้ทราบใต้ฝ่าละอองธุลีพระบาท ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2456 เป็นต้นไป รวมทั้งพระราชทานพระบรมราชานุญาตจ่ายเงินคงพระคลังจำนวนหนึ่งแสนบาท เพื่อเป็นทุนหาผลประโยชน์สำรองไว้จ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้นำเงินมาฝาก และเพื่อให้ประชาชนมีความเลื่อมใสในหลักฐานที่ได้ตั้งขึ้น “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พุทธศักราช 2456” ได้ตราขึ้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2456 มี 9 มาตรา และให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2456 เป็นต้นไป

ระยะที่สอง คลังออมสินสังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข (พ.ศ. 2472 – 2490)

เมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ได้ทอดพระเนตรรายงานคลังออมสินประจำปี พ.ศ. 2468 และ พ.ศ. 2469 ก็ทรงสลดพระราชหฤทัย ที่กิจการของธนาคารออมสินไม่เจริญก้าวหน้าสมกับเวลาที่ได้ตั้งมา จึงได้ปรึกษากับเสนาบดีกระทรวงพระคลังฯ ถึงวิธีการที่จะทำให้คลังออมสินเจริญก้าวหน้าได้อย่างไร ในที่สุดพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ได้ทรงมีพระราชดำริจะเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินการให้ประชาชนได้รับความสะดวกยิ่งขึ้น จึงได้มีการหารือและมีความตกลงกันในที่ประชุมสภาเผยแพร่พาณิชย์จะให้กรมไปรษณีย์โทรเลขรับการคลังออมสินไปจัดทำ แต่นายพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ทรงขอผลัดไว้ให้จัดการเรื่องไปรษณีย์โทรเลขให้เรียบร้อยแล้ว จึงจะรับไปจัดทำและได้ทรงวางแผนไว้ดังนี้

1. แผนกฎหมาย คือ ต้องแก้ไขพระราชบัญญัติและกฎข้อบังคับคลังออมสิน พ.ศ. 2456 ซึ่งว่าด้วยเจ้าหน้าที่เสนาบดีบัญชาการออมสิน เพราะฉบับเดิมให้อำนาจเสนาบดีกระทรวงพระคลัง เป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินั้น โดยแก้ไขเป็นอำนาจของเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ เรียกว่า พระราชบัญญัติคลังออมสินแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2472 พร้อมกันนี้ก็ได้ออกกฎข้อบังคับคลังออมสิน ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2472

2. แผนกตรวจเตรียมงาน คือ เตรียมหาวิธีที่ดีเพื่อนำมาเปลี่ยนแปลงวิธีการให้ดียิ่งขึ้นประการหนึ่งและเตรียมเสมียนพนักงานฝึกหัดวิธีการคลังออมสิน งานแผนกสองนี้ ได้ส่งพระยาเชาวนานุสัทธิ (เชาโน่ อินทุเกศ) ไปดูงานการคลังออมสินที่ประเทศออสเตรเลีย

3. แผนกโฆษณา ในชั้นแรกได้พิมพ์ข้อความชักชวนแนะนำการประหยัดและเก็บฝากออมสินขึ้นเป็นเล่ม มีภาพแสดงประกอบด้วย พิมพ์เป็นจำนวนมากและแจกจ่ายประชาชนทั่วไป และนำขึ้นทูลเกล้าถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ด้วย

กรมไปรษณีย์โทรเลขได้เริ่มเปิดดำเนินการคลังออมสินรับฝากเงินกับประชาชน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2472 โดยให้แผนกคลังออมสินของกองบัญชาการไปรษณีย์โทรเลขซึ่งได้รับโอนเงินจากกรมพระคลัง และกรมศุลกากร มารวมจัดทำด้วยกัน โดยตั้งให้เป็นคลังออมสินกลาง ณ ที่ทำการกรมไปรษณีย์โทรเลข

ครั้นเมื่อเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย คณะรัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการออมสินยิ่งขึ้น เพราะเป็นแหล่งระดมเงินอันสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ จึงได้เร่งรีบปรับปรุงส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพในการบริหารให้คล่องตัวกว่าเดิม โดยยกฐานะแผนกคลังออมสินซึ่งเป็นกองคลังออมสินและธนาคาร เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2476 และเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2477 ได้มีพระราชกฤษฎีกาอีกฉบับหนึ่งได้ตั้งให้การออมสินเป็นกองคลังออมสิน โดยตัดคำว่าและธนาคารนี้ออก

ระยะที่สาม ยกฐานะเป็นธนาคารออมสิน (พ.ศ. 2490 - ปัจจุบัน)

เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และประเทศเข้าสู่ภาวะปกติ นายควง อภัยวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคมนาคม ได้พิจารณาเห็นว่ากิจการคลังออมสิน ได้เจริญและเป็นที่ยอมรับแก่ประชาชนอย่างกว้างขวางโดยรวดเร็ว แต่การบริการในด้านการรับฝากและถอนเงิน ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เพราะยังอยู่ในขอบเขตจำกัดแห่งระเบียบการของกรมไปรษณีย์โทรเลข จึงเห็นควรจะได้ปรับปรุงระเบียบการและขยายกิจการให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น ตามภาวะเหตุการณ์ของบ้านเมืองและความนิยมของประชาชน

เพราะคลังออมสินเป็นเสมือนเส้นโลหิตใหญ่แห่งความมั่นคงของการเศรษฐกิจ การคลังของประเทศทั้งเห็นว่าการถึงเวลาแล้วที่กองคลังออมสินควรจะได้แยกออกจากกรมไปรษณีย์โทรเลข เป็นองค์การดำเนินการกิจการทางธุรกิจโดยอิสระ เพราะถ้าหากยังเป็นกองคลังออมสินขึ้นอยู่กับกรมไปรษณีย์ฯ ต่อไปแล้ว ก็เป็นการยากที่จะขยายกิจการให้เจริญกว้างขวางออกไปได้ทั้งนี้เพราะต้องรองบประมาณแผ่นดิน ด้วยเหตุนี้จึงมีการร่างพระราชบัญญัติคลังออมสินขึ้นใหม่ โดยยกฐานะเป็นองค์การของรัฐดำเนินการโดยอิสระ และต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลหลายชุดจนกระทั่งถึงรัฐบาลชุดนายปรีดี พนมยงค์ เป็นนายกรัฐมนตรี จึงเห็นว่ากิจการคลังออมสิน เป็นกิจการที่ควรจะดำเนินการและปรับปรุงยกฐานะเป็น “ธนาคารออมสิน” ตามแบบอย่างต่างประเทศที่เขาดำเนินการกัน จึงเปลี่ยนชื่อพระราชบัญญัติคลังออมสิน เป็น “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน” และในปี พ.ศ. 2489 พระราชบัญญัตินี้จึงได้ประกาศใช้ เรียกว่า “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” โดยมีวัตถุประสงค์ว่า “เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพแห่งสังคมในทางทรัพย์สิน” ซึ่งประกาศเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2489 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2489 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2490

ธนาคารออมสินแบ่งเขตการควบคุมและบริหารงานสาขาออกเป็น 14 ภาค มีสำนักงานธนาคารในลักษณะสาขา ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ รวมทั้งรถยนต์เคลื่อนที่และเรือเคลื่อนที่ให้บริการอยู่ทั่วประเทศ ธนาคารมีสาขารวมทั้งสิ้น 573 สาขา

การให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร

ในส่วนของการสินเชื่อที่ธนาคารออมสินให้แก่บุคคลทั่วไป มีรายละเอียด ดังนี้

1. สินเชื่อสำหรับบุคคล

1.1 สินเชื่อเคหะ ให้บุคคลทั่วไปกู้ซึ่งมีอายุครบ 20 ปี บริบูรณ์ขึ้นไปและเมื่อรวมอายุผู้กู้และระยะเวลาที่ชำระเงินกู้ต้องไม่เกิน 65 ปี เป็นผู้มิอาชีพรายได้แน่นอน

1.2 สินเชื่อสวัสดิการ ให้เงินกู้แก่ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานองค์การของรัฐ และลูกจ้างประจำส่วนราชการ วงเงินกู้ไม่เกิน 200,000 บาทหรือไม่เกิน 10 เท่าของเงินเดือน ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้และดอกเบี้ยไม่เกิน 3 ปี ใช้บุคคลค้ำประกัน

1.3 สินเชื่อไทรทอง เป็นสินเชื่อที่ให้แก่ผู้มีรายได้ประจำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือเพื่อการอื่น ๆ วงเงินให้กู้ไม่เกิน 20 เท่าของเงินเดือน ระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้และดอกเบี้ยไม่เกิน 10 ปี ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน ในกรณีกู้ไม่เกิน 100,000 บาท ใช้บุคคลค้ำประกัน

1.4 สินเชื่อผู้ค้ารายย่อย ให้กู้เงินเป็นทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพค้าขาย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า แผงลอย หาบเร่ รถเข็น รถเคลื่อนที่ ในวงเงินไม่เกิน 20,000 บาท ผ่อนชำระได้นาน 12 เดือน ใช้บุคคลค้ำประกันได้

1.5 สินเชื่อวินาศภัย ให้กู้สำหรับผู้ที่ได้รับความเสียหายจากวินาศภัย อาทิ อุทกภัย วงเงินกู้ไม่เกิน 20,000 บาท ใช้บุคคลค้ำประกันก็ได้ แต่ผู้กู้ต้องชำระภายใน 6 เดือน หลังจากเหตุการณ์นั้น

2. สินเชื่อสำหรับธุรกิจ

2.1 สินเชื่อสู่ภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการลงทุนในท้องถิ่นในด้านอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม ผู้กู้จะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ วงเงินกู้ตั้งแต่ 1,000,000 บาทขึ้นไป ไม่เกิน 80% ของหลักทรัพย์ที่นำมาค้ำประกัน

2.2 สินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อส่งเสริมการประกอบกิจการทั้งประเภทอุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยวงเงิน 100,000 บาท ถึง 50 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ย MOR หรือ MLR บวกไม่เกินร้อยละ 3.5 ต่อปี ระยะเวลาการชำระหนี้ไม่เกิน 10 ปี

2.3 สินเชื่อสำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อให้กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์หรือสหกรณ์เครดิตยูเนียนเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ

2.4 สินเชื่อเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น

2.4.1. สินเชื่อเพื่อสถานศึกษาและสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพเอกชน ที่ให้บริการสินเชื่อเคหะให้คำปรึกษาทางการเงินแก่สถานศึกษา เพื่อก่อตั้งโครงการใหม่ เพื่อปรับปรุง / ขยายอาคารเรียนและอาคารประกอบ เพื่อซื้ออุปกรณ์การเรียนการสอน และเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในอัตราดอกเบี้ยต่ำตามนโยบายของรัฐบาล คิดร้อยละ 6.75 ต่อปี ตามประกาศของธนาคารโดยเปลี่ยนแปลงทุก 6 เดือน ในวงเงินไม่เกินร้อยละ 60 ของมูลค่าการลงทุน ระยะเวลาไม่เกิน 15 ปี ปลอดชำระเงินต้น เงินกู้ไม่เกิน 5 ปี โดยต้องผ่านการพิจารณาคัดเลือกจากคณะกรรมการสนับสนุนการจัดตั้งสถานศึกษาเอกชน

2.4.2 สินเชื่อเพื่อส่งเสริมสภาพคล่อง ที่ให้บริการสินเชื่อกรณีนักเรียนค้างชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่ได้รับใบอนุญาต คิดอัตราดอกเบี้ยตาม ข้อ 1. ไม่เกิน 5 ล้านบาทต่อราย ระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี โดยต้องผ่านความเห็นชอบจากหน่วยงานต้นสังกัด (กระทรวงศึกษาธิการ / ทบวงมหาวิทยาลัย)

2.4.3. สินเชื่อเพื่อสถาบันการศึกษา ให้บริการและให้คำปรึกษาทางการเงินแก่สถาบันการศึกษาเอกชน เพื่อดำเนินกิจการทางการศึกษา เพื่อปรับปรุง / ขยายอาคารเรียนและอาคารประกอบ เพื่อซื้ออุปกรณ์การเรียนการสอน และเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน คิดอัตราดอกเบี้ย MOR, MLR บวกไม่เกินร้อยละ 3.5 ต่อปี (ตามประกาศของธนาคาร) วงเงินไม่เกินร้อยละ 60 ของมูลค่าการลงทุน ไม่เกิน 20 ปี ปลอดชำระเงินต้นไม่เกิน 5 ปี

3. ประเภทการให้กู้ยืมหรือเบิกเกินบัญชี

การให้กู้ยืม

โดยใช้บัญชีเงินฝากประจำ 12 เดือน หรือสลากออมสินเป็นหลักทรัพย์ประกัน

การเบิกเกินบัญชี

โดยใช้บัญชีเงินฝากประเภทเผื่อเรียก ประจำ 6 เดือน ประจำ 12 เดือนหรือสลากออมสินพิเศษเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน

การให้บริการทางการเงิน

1. การรับจ่ายและโอนเงินทั่วประเทศ (อรจ.) บริการส่งเงินหรือโอนเงินเข้าบัญชีของตนเองหรือผู้อื่นระหว่างธนาคารออมสินทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังให้บริการชำระเงินค่าประกันชีวิต ค่างวดประกันภัย และรับชำระค่าสาธารณูปโภคและภาษีเงินได้ส่วนบุคคล

2. การให้เชาตู้നിറภัย เป็นการบริการให้เชาตู้നിറภัยเพื่อเก็บรักษาทรัพย์สินหรือเอกสารมีค่าให้ปลอดภัย

3. การให้บริการทางโทรศัพท์ ให้บริการแก่ผู้ที่ต้องการจะติดต่อสอบถามข้อมูลหลายประเภท อาทิ รายละเอียดธุรกิจการรับฝาก รางวัลสลากออมสิน อัตราดอกเบี้ย การให้สินเชื่อและบริการพิเศษอื่น ๆ อีกมากมาย โดยติดต่อโทรศัพท์หมายเลข 0-2299-9000 ตั้งแต่เวลา 8.00 น. – 20.00 น. ให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ

4. การบริการเงินด่วนออมสิน ในสาขาที่ให้บริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ ผู้เปิดบัญชีเงินฝากเผื่อเรียก สามารถทำบัตรเงินด่วนออมสิน (ATM) ได้ด้วย

5. การบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค

6. การเป็นตัวแทนจำหน่ายพันธบัตรรัฐบาล

7. การจำหน่ายเช็คแคชเชียร์ออเดอร์

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการให้กู้

คุณสมบัติผู้กู้

1. เป็นผู้ฝากเงินประเภทใดประเภทหนึ่งของธนาคาร
2. มีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์และเมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระเงินกู้ต้องไม่เกิน 65 ปี
3. มีอาชีพและรายได้แน่นอน

การกู้เงิน

การกู้เงินจะกู้คนเดียวหรือกู้ร่วมกับบุคคลอื่นก็ได้ ในกรณีที่กู้ร่วมกับบุคคลอื่นให้นับระยะเวลาชำระเงินกู้ตามอายุของผู้กู้ที่มีอายุน้อยที่สุดเพียงคนเดียว

วัตถุประสงค์ในการกู้

1. ซื้อที่ดินพร้อมอาคารหรือห้องชุด
2. ซื้อที่ดินและปลูกสร้างในที่ดินนั้น
3. ซื้อที่ดินที่มีอาคารของตนหรือคู่สมรสปลูกสร้างอยู่แล้ว
4. ปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคารในที่ดินซึ่งเป็นของตนหรือคู่สมรส
5. ไถ่ถอนจำนองที่ดินพร้อมอาคารหรือห้องชุดของตนเองหรือคู่สมรสจากสถาบันการเงินหรือ

ธนาคารออมสิน

จำนวนเงินให้กู้

ไม่เกินรายละเอียด 5,000,000 บาท โดยมีหลักเกณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. ให้กู้ไม่เกินร้อยละ 85 ของราคาประเมินหลักทรัพย์ ยกเว้นกรณีห้องชุดไม่เกินร้อยละ 70 ของราคาประเมินหลักทรัพย์

2. ให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 80 ของราคาเมื่อเริ่มโครงการจัดสรร ในกรณีที่ซื้อที่ดินพร้อมอาคารหรือไม่เกินร้อยละ 70 ของราคาขายเมื่อเริ่มโครงการจัดสรรในกรณีซื้อห้องชุด ทั้งนี้โครงการจัดสรรดังกล่าวต้องเป็นโครงการจัดสรรที่ธนาคารพิจารณาให้สินเชื่อแก่ผู้ซื้อรายย่อย

3. กรณีกู้เพื่อปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร ให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 100 ของราคาประเมินของอาคารที่ปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซม แต่ต้องไม่เกินร้อยละ 85 ของราคาประเมินที่ดินและอาคาร

ทั้งนี้ กรณีผู้กู้ต้องการประกันอุบัติเหตุเพื่อประกันสินเชื่อกับบริษัทผู้รับประกันที่ธนาคารกำหนด ให้กู้เพิ่มเติมตามจำนวนเงินที่จ่ายจริงได้ตามที่เห็นสมควรเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการประกัน แต่จำนวนเงินให้กู้รวมทั้งหมดต้องไม่เกินร้อยละ 100 ของราคาประเมินหลักทรัพย์ และกรณีผู้กู้ขอกู้เงินเกินกว่ารายละเอียด 5,000,000 บาท ให้สาขารับเรื่องและพิจารณาตามลำดับ เพื่อเสนอให้สำนักพัฒนาสินเชื่อบุคคลพิจารณาเสนอให้ผู้มีอำนาจพิจารณาอนุมัติ

ระยะเวลาชำระเงินกู้

ไม่เกิน 30 ปี นับตั้งแต่เดือนที่ต้องชำระเงินกู้และดอกเบี้ยงวดแรกตามที่กำหนดในสัญญาและเมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระเงินกู้ต้องไม่เกิน 65 ปี ทั้งนี้กรณีผู้กู้เพิ่มเติมเพื่อปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคารจะขยายระยะเวลาชำระเงินกู้จากสัญญาเดิมก็ได้ แต่ต้องไม่เกินหลักเกณฑ์ตามที่ธนาคารกำหนด

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในกรณีผิดนัดไม่ชำระหนี้ให้เป็นไปตามธนาคารประกาศกำหนด โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. กรณีการกู้เพิ่มเติมเพื่อปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร ในระหว่างที่สัญญาเดิมยังไม่ครบกำหนด ไม่ต้องแก้ไขอัตราดอกเบี้ยในสัญญาเดิมและให้กำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับจำนวนเงินให้กู้เพิ่มเติม โดยพิจารณาจากจำนวนเงินกู้คงเหลือในสัญญาเดิมรวมกับจำนวนเงินให้กู้เพิ่มเติม

2. กรณีการให้กู้เพื่อจัดหาที่อยู่อาศัยหลังที่ 2 ให้กำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ตามจำนวนเงินให้กู้ในสัญญาที่ 2 โดยไม่นำจำนวนเงินกู้ในสัญญาเดิมมาพิจารณา

หลักประกันการกู้เงิน

1. ที่ดินหรือที่ดินและอาคารหรือห้องชุดตามวัตถุประสงค์ที่ขอกู้ ซึ่งเป็นของผู้กู้หรือคู่สมรส และตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีความเจริญ มีไฟฟ้า สาธารณูปโภคอื่น ๆ ตามความจำเป็นและมีทางสาธารณประโยชน์ซึ่งรถยนต์ผ่านเข้าออกได้สะดวก

2. สิทธิการเช่าที่ดินและหรืออาคาร ตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารประกาศกำหนด
3. หลักทรัพย์อื่นตามที่ธนาคารประกาศกำหนด
4. กรณีหลักทรัพย์ตาม 1 – 3 มีมูลค่าต่ำกว่าจำนวนเงินกู้ จะใช้หลักทรัพย์ประเภทเดียวกันหรือสมุดเงินฝากเงินออมสินทุกประเภทหรือสลากออมสินพิเศษของผู้กู้หรือบุคคลอื่นเป็นหลักประกันเพิ่มเติมกู้ก็ได้

การจ่ายเงินกู้

1. กรณีกู้เงินเพื่อซื้อที่ดินหรือที่ดินพร้อมอาคารหรือห้องชุด หรือไถ่ถอนจำนองให้จ่ายเงินกู้ทั้งหมดในงวดเดียว
2. กรณีกู้เงินเพื่อซื้อที่ดินและหรือปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร ให้จ่ายเงินกู้ได้ไม่เกิน 5 งวด โดยกำหนดจ่ายเงินกู้ตาม “การจ่ายเงินงวดตามผลการก่อสร้าง” และมีหลักเกณฑ์ดังนี้
 - 2.1 ผู้กู้ต้องรับเงินกู้ให้เสร็จสิ้นตามสัญญาภายใน 6 เดือน นับแต่วันสุดท้ายของเดือนที่ลงนามในสัญญาเงินกู้
 - 2.2 ถ้าผู้กู้ไม่สามารถรับเงินกู้ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาตาม ข้อ 1. หากผู้จัดการสาขาพิจารณาเห็นสมควรก็ให้ขยายระยะเวลาออกไปได้ไม่เกิน 4 เดือน หากพ้นกำหนดนี้แล้วให้ระงับการจ่ายเงินกู้ที่เหลือและให้ถือว่าจำนวนเงินกู้ตามสัญญาเท่ากับจำนวนเงินกู้ที่ผู้กู้รับไปแล้ว
 - 2.3 การจ่ายเงินกู้แต่ละงวดมีหลักเกณฑ์ดังนี้

การจ่ายเงินกู้งวดแรก

1. กรณีซื้อที่ดินและปลูกสร้างอาคาร ให้จ่ายเงินกู้ไม่เกินราคาประเมินที่ดินที่รับจำนองรวมกับราคาผลการปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร
2. กรณีปลูกสร้างอาคารหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร ให้จ่ายตามราคาประเมินผลการปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคารที่กำหนดในสัญญา

การจ่ายเงินกู้งวดที่เหลือ

1. จ่ายตามราคาประเมินผลการปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคารที่กำหนดในสัญญาแต่ละงวด โดยให้ผู้กู้ชำระดอกเบี้ยของเงินกู้ที่รับไปแล้ว ค่าส่วนนี้ตั้งแต่วันที่รับเงินกู้ครั้งสุดท้ายถึงวันก่อนวันรับเงินกู้แต่ละงวด
2. กรณีเป็นการจ่ายเงินกู้งวดสุดท้าย ผู้กู้ต้องส่งมอบสำเนาใบสำคัญเลขหมายประจำบ้าน สำเนาทะเบียนบ้านที่ปลูกสร้างและภาพถ่ายอาคารหรือภาพถ่ายอาคารส่วนที่ต่อเติมซ่อมแซมทั้ง 4 ด้าน รวมทั้งกรรมกรรมประกันภัย(ถ้ามี)

เงื่อนไขอื่น ๆ

1. การกู้เพิ่มเติมเพื่อปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคารในระหว่างที่สัญญาเดิมยังไม่ครบกำหนดจะประเมินราคาหลักทรัพย์ประกันเงินกู้ใหม่หรือไม่ก็ได้ทั้งนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการสินเชื่อ
2. กรณีกู้เพื่อซื้อที่ดินและผู้กู้ได้ขอกู้เพิ่มเพื่อปลูกสร้างที่อยู่อาศัยลงในที่ดินดังกล่าวภายใน 5 ปี ให้สาขาเปลี่ยนกลุ่มอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และปรับลดอัตราดอกเบี้ยกรณีกู้ซื้อที่ดินในระบบงานสินเชื่อให้เป็นไปตามประกาศของธนาคาร โดยพิจารณาจากจำนวนเงินกู้คงเหลือ ณ วันที่จ่ายเงินกู้เพิ่มเติมงวดแรกและกรณีผู้กู้มิได้ขอกู้เพิ่มเติมจากธนาคาร แต่ได้ปลูกสร้างที่อยู่อาศัยลงในที่ดินให้สาขาเปลี่ยนกลุ่มอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้กรณีซื้อที่ดินในระบบ

แนวทางการวิเคราะห์สินเชื่อเคหะ

หลักการและเหตุผล

ด้วยธนาคารออมสินพิจารณาเห็นว่าในสถานการณ์ปัจจุบัน มีผู้ประสงค์ขอกู้เงินสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมากประสบปัญหาในการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ธนาคารออมสินในฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้สินเชื่อเคหะ จึงมีนโยบายให้สาขาดำเนินการให้สินเชื่อเคหะเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้มีความประสงค์ขอกู้ และเพื่อให้การดำเนินการให้สินเชื่อเคหะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ธนาคารออมสินได้กำหนดแนวทางการพิจารณาวิเคราะห์สินเชื่อเคหะ เพื่อให้สาขานำไปประกอบในการพิจารณาวิเคราะห์สินเชื่อ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การกู้

การกู้เงินสินเชื่อเคหะผู้กู้จะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย ไม่ใช่การเก็งกำไรหรือลูกค้านัดตั้งที่โครงการจัดหาบุคคลมาขอกู้เงินจากธนาคาร บางครั้งในการที่จะทราบถึงวัตถุประสงค์ในการกู้เป็นเรื่องยาก ซึ่งมีแนวทางดังนี้

1.1 ผู้กู้ควรมาติดต่อขอกู้ด้วยตนเอง ไม่ควรให้ยื่นกู้ผ่านโครงการหรือคนกลาง

1.2 ควรจะสัมภาษณ์ลูกค้าทุกรายเพราะว่าผู้กู้ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยจริง ๆ สนใจในรายละเอียดของบ้าน เช่น มีกี่ห้องนอน สีอะไร หลังที่เท่าไร ราคาเท่าไร ถ้าสามารถสัมภาษณ์ลูกค้าในรายละเอียดต่าง ๆ แล้วลูกค้าไม่ค่อยรู้ข้อมูลก็ควรตั้งข้อสังเกตไว้ก่อน

1.3 ผู้กู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จะต้องมีเหตุผลในการซื้อ เช่น ภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่นี้หรือซื้อให้ลูกที่มาเรียนหนังสือที่นี้ หรือมาประกอบธุรกิจที่นี้

1.4 ผู้กู้ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อบ้านหลังที่สอง คือ ผู้กู้ที่มีบ้านอยู่แล้ว แต่อยากซื้อบ้านเพื่อใช้ในการพักผ่อนหรือบ้านพักตากอากาศ ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ผู้กู้จะต้องมีความสามารถชำระหนี้ดีเป็นพิเศษ เพราะเป็นบ้านหลังที่สอง ซึ่งมีความสำคัญน้อยกว่าบ้านที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัย จึงทำให้เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระได้ง่าย

2. คุณสมบัติของผู้กู้

การวิเคราะห์สินเชื่อโดยทั่วไป คุณสมบัติของผู้กู้ถือว่าสำคัญมากในทางทฤษฎี การวิเคราะห์ 5C

1. CHARACTER เป็นคุณสมบัติหรือบุคลิกลักษณะของผู้ขอสินเชื่อทางด้านคุณภาพด้านจิตใจ และพฤติกรรมของลูกหนี้ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจในอันที่จำชำระหนี้

2. CAPACITY เป็นคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อทางด้านความสามารถในการชำระหนี้หรือสมรรถภาพในการหารายได้ให้เพียงพอที่จะชำระหนี้ ผู้ขอกู้จะสามารถหารายได้จากการประกอบธุรกิจแต่ละครั้งมาชำระคืนเงินกู้ได้ถูกต้อง ตามที่ได้สัญญาับธนาคารไว้ ซึ่งธนาคารจะถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด

3. CAPITAL เป็นทรัพย์สินหรือเงินทุนในส่วนที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ขอสินเชื่อหรือเงินลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นซึ่งอาจประเมินชดเชยในกรณีที่คุณสมบัติในเบื้องต้นไม่ดัดนัก

4. COLLATERAL เป็นหลักประกันหรือทรัพย์สินของผู้ที่นำมาค้ำประกันหนี้สินเพื่อเป็นหลักประกันการชำระหนี้ในอนาคต ได้แก่ ที่ดิน อาคาร โรงเรือน หรือสิ่งปลูกสร้าง หุ่นยนต์ทรัพย์สินรัฐบาล ในกรณีที่ผู้กู้นำเอาอาคาร โรงเรือน หรือสิ่งปลูกสร้างมาวางประกันผู้กู้จะต้องเอาประกันอสังหาริมทรัพย์กับต้องสลักหลังยกประโยชน์ตามกรรมธรรม์ที่จะได้รับให้กับธนาคาร

5. CONDITION เป็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนซึ่งอาจมีผลกระทบถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคนิค รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ได้

3. อาชีพ - รายได้

ในการวิเคราะห์สินเชื่อ นั้น อาชีพ - รายได้ มีส่วนสำคัญในการวิเคราะห์ ซึ่งมีธนาคารต่างประเทศบางแห่งที่ประกอบกิจการในเมืองไทย ได้โฆษณาว่า “ถ้าคุณมีอาชีพที่มั่นคง รายได้แน่นอนคุณเดินทางมาหาเรา” นั้นหมายความว่า ธนาคารฯแห่งนั้นให้ความสำคัญในเรื่องอาชีพและรายได้ซึ่งมีแนวทางในการพิจารณาดังนี้

อาชีพ

1. ผู้กู้มีอาชีพอะไร อาชีพแต่ละประเภทย่อมมีความมั่นคงไม่เท่ากัน ซึ่งขึ้นอยู่กับช่วงเวลา สถานการณ์ ปัจจุบันอาชีพข้าราชการเป็นอาชีพที่มีความมั่นคงมากที่สุด อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจก็มีความมั่นคงสูงเช่นกัน แต่ในอนาคตจะมีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจก็ต้องนำมาคำนึงถึงด้วย พนักงานของบริษัทเงินทุนในระยะหนึ่งมีความมั่นคงสูง ปัจจุบันไม่ค่อยมีความมั่นคง ฉะนั้น ต้องติดตามข่าวสารต่าง ๆ เพื่อที่จะวิเคราะห์ได้ว่าอาชีพใดมั่นคงซึ่งก็จะช่วยให้วิเคราะห์ลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น

2. สถานที่ทำงานอยู่ที่ไหน ซึ่งจะต้องมีการตรวจสอบสถานที่ทำงานหรือสถานที่ประกอบการในกรณีประกอบธุรกิจส่วนตัว เพื่อให้ทราบว่ามีสถานที่ทำงานจริงและผู้กี่ยังทำงานหรือประกอบอาชีพนั้นอยู่

รายได้

1. ในกรณีผู้กู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำ ถ้าเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หนังสือรับรองรายได้สามารถเชื่อถือได้ แต่ต้องตรวจสอบรายได้สุทธิจากสลิปเงินเดือนประกอบด้วย ถ้าเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน นอกจากจะตรวจสอบจากเอกสารหนังสือรับรอง สลิปเงินเดือน (ถ้ามี) และสมุดเงินฝากที่หน่วยงานนำเงินเดือนเข้าบัญชีแล้ว จะต้องตรวจสอบกลับไปยังบริษัทหรือโทรศัพท์ไปที่ฝ่ายบุคคล เพื่อขอทราบรายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งงาน อายุงาน เงินเดือน ผู้กู้ต้องทำงานมาไม่น้อยกว่า 6 - 12 เดือน และบริษัทนั้น ควรตั้งมาไม่น้อยกว่า 4 - 5 ปี

2. ในกรณีที่ผู้กู้ประกอบอาชีพอิสระ นอกจากจะตรวจสอบรายได้จาก Statement เอกสารการเสียภาษี จะต้องมีการตรวจสอบสถานที่ประกอบการจริงว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น ทำเลที่ตั้ง จำนวนสินค้า ดำเนินการมานานหรือยัง ปริมาณลูกค้า จุดเด่นมีอะไรบ้าง มีแนวโน้มของรายได้ตรงตามที่ผู้กู้แจ้งไว้หรือไม่ การประกอบอาชีพอิสระก็ไม่ควรน้อยกว่า 6 - 12 เดือน

4. การมีส่วนร่วมทุน

ปกติในการขอกู้ นั้น ผู้กู้จะต้องมีทุนของตัวเองเสมอ เป็นหลักเกณฑ์ข้อหนึ่งของการให้สินเชื่อซึ่งเราเรียกว่า การมีส่วนร่วมของผู้กู้ ผู้กู้จะมีส่วนร่วมมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการกู้และภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน การกู้สินเชื่อเคหะ ธนาคารฯจะพิจารณาให้กู้ไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน (ตอนใดมีเงินกู้ได้ไม่เกิน 70% ของราคาประเมิน) ฉะนั้นผู้กู้จะต้องมีส่วนร่วมทุนไม่น้อยกว่า 20% ของราคาประเมิน ซึ่งพนักงานจะต้องทำการชี้แจงให้ผู้กู้และเจ้าของโครงการให้เข้าใจว่า ลูกค้านี้จะต้องดาวน์ให้มากขึ้นจึงจะยื่นกู้กับธนาคารได้ ไม่เหมือนกับสมัยก่อนที่ลูกค้าดาวน์เพียง 10% ก็สามารถกู้ได้ การที่จะทราบว่าผู้กู้มีส่วนร่วมจริงหรือไม่นั้น จะต้องทราบราคาซื้อขายจริง ซึ่งสามารถตรวจสอบราคาขายจริงได้ดังนี้

1. ตรวจสอบสัญญาจะซื้อจะขาย เพื่อให้ทราบว่าจะซื้อขายกันราคาเท่าไร และตรวจสอบหลักฐานการดาวน์โหลด (ใบเสร็จ) เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าดาวน์โหลดไปแล้วก็เปอร์เซ็นต์ แต่บางครั้งสัญญาจะซื้อจะขายก็เชื่อไม่ได้ จะต้องดำเนินการต่อไปตามข้อ 2
2. ตรวจสอบเช็คราคาซื้อขายจากโครงการ ซึ่งควรปลอมเป็นผู้ซื้อโทรศัพท์เข้าไปสอบถามข้อมูลโครงการ สอบถามผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการนั้นหรือจากผู้ซื้อคนอื่น ๆ

5. มูลค่าหลักประกัน

การให้สินเชื่อเมื่อเกิดความเสียหายขึ้น หลักประกันเป็นสิ่งที่ช่วยบรรเทาความเสียหาย ถ้าเราสามารถกำหนดมูลค่าประกันได้ถูกต้อง ความเสียหายที่เกิดกับธนาคารฯ ก็มีน้อย มีแนวทางดังนี้

การประเมินหลักประกัน

1. ราคาประเมินฯ ขึ้นอยู่กับสภาพทำเลที่ตั้ง สภาพคล่อง สภาพเศรษฐกิจ
2. ราคาประเมินฯ จะต้องเป็นราคาที่ซื้อขาย – ขายคล่อง และไม่ควรสูงกว่าราคาซื้อขายจริง
3. ต้องมีข้อมูลราคาที่จะใช้เปรียบเทียบ เช่น ราคาประเมินของทางราชการ ราคาซื้อขายข้างเคียงซึ่งสามารถตรวจสอบได้ โดยระบุเลขที่บ้านข้างเคียงที่สอบราคา
4. การประเมินฯ หรือตรวจสอบหลักประกัน ควรจะต้องออกไปดำเนินการอย่างน้อย 2 คน
5. รูปถ่ายหลักประกัน ควรให้เห็นสภาพแวดล้อมครบทุกด้าน สภาพทางเข้า – ออก สภาพทั่ว ๆ ไปของโครงการ
6. ต้องระบุแผนผังที่ตั้งโครงการหรือหลักประกันให้ชัดเจนโดยระบุเลขที่บ้าน ระยะทาง จุดสังเกต สถานที่ใกล้เคียง

ลักษณะหลักประกัน

1. บ้านที่จะซื้อจะต้องเสร็จเรียบร้อย
2. เป็นโครงการที่มีแนวโน้มที่จะสำเร็จ ไม่เป็นโครงการร้าง
3. ต้องมีสาธารณูปโภคเรียบร้อยแล้ว
4. ไม่มีปัญหาทางเข้า – ออก
5. ลักษณะโครงการต้องมีคนจองแล้วไม่น้อยกว่า 50% (โครงการใหญ่)
6. หลักประกันต้องไม่มีภาระผูกพัน
7. ที่ดินที่ปลูกสร้างอาคารหรือทาวน์เฮาส์ ต้องมีขนาดไม่น้อยกว่า 16 ตารางวา ถ้าเป็นห้องชุดต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 21 ตารางเมตร
8. หลักประกันควรอยู่ห่างจากแนวเสาไฟฟ้าแรงสูง 35 เมตร
9. หลักประกันไม่ควรอยู่ใกล้โรงงานที่มีมลพิษ สถานที่เก็บวัตถุไวไฟ โรงฆ่าสัตว์ ฯลฯ
10. หลักประกันไม่มีน้ำท่วมขังเป็นประจำ

6. วงเงินให้กู้

การพิจารณาอนุมัติวงเงินสินเชื่อ นั้น จะต้องคำนึงถึงความสามารถชำระหนี้เป็นหลัก ถ้าลูกคามีความสามารถชำระหนี้ดี ก็จะถูกได้มาก แต่ทั้งนี้ถ้าเกิดปัญหานี้ค้างชำระ หลักประกันเป็นสิ่งที่ช่วยบรรเทาความเสียหาย ฉะนั้นวงเงินที่จะให้กู้ได้ขึ้นอยู่กับรายได้สุทธิและราคาประเมินหลักประกัน

รายได้สุทธิ หมายถึง รายได้ที่หักภาษี หักเงินกู้ในหน่วยงาน ถ้าเป็นธุรกิจส่วนตัว ก็จะต้องหักต้นทุนดำเนินการ ซึ่งยังไม่ได้หักค่าใช้จ่ายในครอบครัว โดยมีแนวทางการพิจารณาความสามารถชำระหนี้เงินกู้ ดังนี้

1. รายได้สุทธิ 5,000 บาท – 30,000 บาท เงินส่งชำระแต่ละเดือนประมาณ 40% ของรายได้สุทธิ
2. รายได้สุทธิ 30,000 – 60,000 บาท เงินส่งชำระแต่ละเดือนประมาณ 45% ของรายได้สุทธิ
3. รายได้สุทธิ 60,000 ขึ้นไป เงินส่งชำระแต่ละเดือนประมาณ 50% ของรายได้สุทธิ แต่ควรพิจารณาค่าใช้จ่ายในครอบครัวของผู้กู้ประกอบด้วย

ราคาประเมินหลักทรัพย์

1. ควรให้กู้ได้ไม่เกิน 85% ของราคาประเมินที่ดินพร้อมอาคาร
2. ควรให้กู้ได้ไม่เกิน 70% ของราคาประเมินห้องชุด
3. ควรให้กู้ได้ไม่เกิน 80% ของราคาซื้อขาย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา ตรัสฐาชีพ (2532 : บทคัดย่อ) ศึกษาโครงสร้างสินเชื่อและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การให้สินเชื่อเพื่อการเคหะ ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารอาคารสงเคราะห์

วัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่องนี้ เพื่อศึกษาโครงสร้างแนวโน้มสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ตลอดจนวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยใช้สมการถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเก็บรวบรวมจากหลายหน่วยงาน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นข้อมูลรายปีระหว่าง พ.ศ. 2518 – 2530 จากการศึกษาพบว่า ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสูงสุดในตลาดการเงิน รองลงมา ได้แก่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในประเทศ นอกจากนี้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มสูงขึ้นและคาดว่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต สำหรับเงินลงทุนในการดำเนินงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์มาจากหลายแหล่ง เช่น เงินกู้จากต่างประเทศ เงินกู้ในประเทศรวมทั้งเงินฝากเงินกู้จากต่างประเทศเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญที่สุดของธนาคารและการดำเนินกิจการในการให้กู้เงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยเพียงอยู่อาศัยเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ในการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อให้กู้ยืมนั้น ธนาคารฯ จะพิจารณาถึงรายได้ของผู้กู้เป็นสำคัญ ถ้ามีรายได้มากก็สามารถกู้ได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารฯ มากที่สุด คือ ผู้มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง ฉะนั้น ปริมาณเงินให้กู้ขึ้นอยู่กับปริมาณรายได้ซึ่งเป็นไปตามหลัก Accommodation Principle

จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้มีรายได้น้อยได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารน้อยที่สุด ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นว่ารัฐบาลควรช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยโดยการให้เงินช่วยเหลือพิเศษแก่ผู้มีรายได้น้อยผ่านธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อว่าผู้มีรายได้น้อยจะสามารถซื้อบ้านเป็นของตนเองโดยอาศัยสินเชื่อเพื่อการเคหะนั้น

ขณะเดียวกัน ธนาคารฯ ควรหันมาสนใจในการหาแหล่งเงินทุนในประเทศโดยระดมเงินฝากและบริการอื่น ๆ เพื่อให้ธนาคารฯ มีเงินทุนในการดำเนินงานต่อไป

ศักดิ์ดา ณรงค์ (2538 : บทคัดย่อ) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยระหว่างธนาคารอาคารสงเคราะห์กับธนาคารพาณิชย์ โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเก็บรวบรวมจากเอกสารและวารสารของธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์และจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธนาคารอาคารสงเคราะห์กับกลุ่มธนาคารพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์มีลักษณะในด้านการรับฝากเงินเหมือนธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ส่วนที่แตกต่างกันคือหน้าที่ในการกู้เงิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีวัตถุประสงค์ให้กู้เงินเพื่อที่อยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์อื่น สามารถให้กู้เงินได้ในขอบเขตที่กว้างกว่า เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อเป็นสถาบันการเงินหลักของรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองตามอัตภาพ โดยมุ่งเน้นการให้บริการแก่คนที่มีรายได้ปานกลางและรายได้ต่ำเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ตอบสนองความต้องการมีที่อยู่อาศัยโดยการคิดดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราที่ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ

กนกภรณ์ จิรุงฤทธิ์ (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และธนาคารอาคารสงเคราะห์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อที่จะได้ทราบว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทั้งสองเป็นลูกค้าในกลุ่มใด ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดโดยการศึกษาครั้งนี้ใช้การสำรวจ (SURVEY METHOD) แบบสัมภาษณ์รายบุคคลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นลักษณะการวิจัยในเชิงธุรกิจสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1) ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่วนใหญ่เป็นคนโสดที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนห้างร้าน โดยมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนประมาณ 10,001 - 20,000 บาท แต่ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารไทยพาณิชย์ส่วนใหญ่จะมีอายุในช่วง 31 - 40 ปี และมีรายได้ต่อครอบครัวมากกว่า 100,000 บาท ในขณะที่ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 30 ปี เป็นส่วนใหญ่และมีรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือนประมาณ 10,000 - 20,000 บาท

2) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยส่วนใหญ่จะทำการศึกษาค้นหาข้อมูลบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยก่อนการตัดสินใจและได้รับข้อมูลผ่านสื่อทางด้านเพื่อน คนรู้จัก ญาติ แนะนำมากที่สุด รองลงมาเป็นการสอบถามข้อมูลจากธนาคาร

3) ทศนคติของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานมาก

ที่สุด ในขณะที่ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เห็นว่า อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

วชิรา การเกิด (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการบริหารสินเชื่อ ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารออมสิน สาขานครนายก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานสินเชื่อและปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขานครนายก โดยมองปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคเป็น 5 ด้านคือ ด้านวัสดุ - อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ด้านกระบวนการขั้นตอนการขอสินเชื่อ ด้านการเตรียมเอกสารของผู้ขอสินเชื่อ ด้านความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ด้านอัตราค่าจ้างของพนักงานสินเชื่อ โดยใช้ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส การศึกษา สถานที่พักอาศัย รายได้ ระยะเวลาการทำงาน รายได้ของบุคคลในครอบครัว ความเพียงพอของรายได้ในครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ สำหรับประชากรที่ศึกษาเป็นผู้เคยมาขอใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขานครนายก จำนวน 180 คน

พ.ต.ท. ดำรงค์ศักดิ์และคณะ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษานโยบายการเคหะในประเทศไทย เฉพาะกรณีการประเมินสัมฤทธิ์ภาพของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในการให้สินเชื่อที่อยู่อาศัย ศึกษาเฉพาะความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนที่มีที่อยู่อาศัยอยู่ในระหว่างการจัดสร้างและที่อยู่อาศัยที่ก่อสร้างเสร็จ โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิด้านที่อยู่อาศัยจาก ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ การเคหะแห่งประเทศไทยและทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยออกแบบสอบถาม เพื่อวัดผลการนำนโยบายไปปฏิบัติในเชิงคุณภาพ สำหรับขอบเขตของกิจการสินเชื่อเพื่อการเคหะและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ จากการศึกษาพบว่า ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและเป็นปัจจัยสำคัญให้นโยบายการเคหะในประเทศไทยสามารถบรรลุผลเกินกว่าเป้าหมายในเชิงปริมาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำที่สถาบันการเงินอื่น ๆ ชะลอการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย แต่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ยังคงดำเนินงานการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามนโยบายการเคหะในประเทศไทยควรได้รับการวิเคราะห์ประเมินผลเพื่อปรับปรุงและพัฒนาโดยอาศัยการรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดของอุปทานและอุปสงค์ที่อยู่อาศัยเพื่อให้สอดคล้องต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและความต้องการมีที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลางอย่างแท้จริงต่อไป

อรรถกฤต อังคะพินทุ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาการขยายบทบาทของธนาคารออมสินต่อการพัฒนาสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิของธนาคารออมสิน และส่วนที่ 2 ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยการออกแบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินกับสถาบันการเงินอื่นและกลุ่มเจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารออมสิน พร้อมทั้งสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันการเงินด้านที่อยู่อาศัย จากการศึกษาพบว่า ธนาคารออมสินมีประสิทธิภาพในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เนื่องจาก การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำและสามารถให้กู้ได้ในระยะยาว โดยสามารถกระจายการให้กู้ได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากภาครัฐระบุให้ธนาคารสามารถระดมเงินฝากระยะยาวจากเงินฝากสลากออมสินและเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตที่มีต้นทุนเงินฝากที่ต่ำ และการที่ธนาคารมีเครือข่ายสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ อีกทั้งธนาคารมีสภาพคล่องทางการเงินที่สูง อันแสดงให้เห็นว่าธนาคารยังสามารถให้การสนับสนุนการให้กู้ได้อีก นอกจากนี้ ธนาคารยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในการให้เข้าร่วมโครงการการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

อย่างไรก็ตามธนาคารมีข้อจำกัดของการมีบทบาทด้านที่อยู่อาศัย โดยอยู่ภายใต้ขอบเขตของเงินกองทุนที่มีอยู่ ซึ่งมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เนื่องจากธนาคารไม่สามารถระดมเงินทุนโดยการถือหุ้น ยิ่งกว่านั้น ในการดำเนินงานด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารยังมีการกำหนดวงเงินกู้ที่ค่อนข้างต่ำและมีระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ที่ล่าช้า อันเนื่องมาจาก 1. การขาดเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่เชี่ยวชาญในงานด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย 2. การขาดระบบเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย การปฏิบัติงานและควบคุมการปฏิบัติงานด้านสินเชื่อ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 จำนวน 5,014 คน (ยอดคงเหลือ ณ ธันวาคม 2545, ที่มา :ฝ่ายงานสนับสนุน ธนาคารออมสินภาค 1) รวม 24 สาขา ตามการบริหารของธนาคารออมสิน ภาค 1

ตาราง 2 แสดงยอดสินเชื่อเคหะคงเหลือประจำเดือนธันวาคม 2545 ของธนาคารออมสิน ภาค 1

ธนาคารออมสินสาขา	จำนวนลูกค้า (ราย)	จำนวนเงิน(ล้านบาท)
ศูนย์ฯชัยสมรภูมิ	269	312.60
ม.เกษตรศาสตร์	348	339.86
สะพานใหม่	338	420.25
จตุจักร	206	283.80
กระทรวงยุติธรรม	299	354.09
กรมที่ดิน	176	155.64
บางเขน	273	304.75
กระทรวงการคลัง	254	274.95
ศูนย์ฯมหาดไทย	335	301.22
บางลำภูบน	301	375.02
นางเลิ้ง	147	180.13
ดอนเมือง	335	321.74
เทเวศร์	128	168.87
ห้วยขวาง	199	243.77
สะพานแดง	127	127.42
ลาดพร้าว	217	265.42

ตาราง 2 (ต่อ)

ธนาคารออมสินสาขา	จำนวนลูกค้า(ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
ราชวัตร	138	154.14
ปากคลองตลาด	185	199.87
ดินแดง	134	210.73
ทำเนียบรัฐบาล	169	169.76
หน้าพระลาน	138	159.31
ศรียาน	98	133.81
โชคชัย 4	139	223.77
สวนจิตรลดา	61	67.26
รวม	5,014	5,748.18

ที่มา : ฝ่ายงานสนับสนุน ธนาคารออมสิน ภาค 1

1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 โดยที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร (Taro yamane, 1997 : 886) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

E = ความคลาดเคลื่อน = 0.05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{5,014}{1 + 5,014(0.05)^2}$$

$$n = 370 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่ถูกต้องสมบูรณ์จึงสำรองไว้ 20% = $(370 \times 20 / 100)$ ดังนั้นมีแบบสอบถามที่ต้องสำรองไว้ 74 คน รวมกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 444 คน

1.2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

โดยเลือกจากผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่สามารถให้ข้อมูลได้ ซึ่งขั้นตอนการสุ่มตัวอย่่างมีดังต่อไปนี้

1. การเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) กับประชากรทั้ง 24 สาขา โดยการจับสลากเลือกสาขาใดสาขาหนึ่งจำนวน 6 สาขา ซึ่งคิดเป็น 25% ของจำนวนสาขาในภาค 1 เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อกะหนาคารออมสิน ภาค 1 ซึ่งได้แก่ สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน

2. การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้สาขาละ 74 คน

ตาราง 3 แสดงการเลือกตัวอย่างแบบโควตา

สาขา	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. สาขากระทรวงยุติธรรม	74
2. สาขากระทรวงการคลัง	74
3. สาขาบางเขน	74
4. สาขาสะพานแดง	74
5. สาขาลาดพร้าว	74
6. สาขาศรียาน	74
รวม	444

3. การเลือกตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience sampling) จากกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนที่สอง โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อกะหนาคารออมสิน ภาค 1 ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 444 คน ตามที่กำหนดไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดคำถามแบบปิด (Closed response questions) คำถามแบบเปิด (Open – ended question) คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก(Multiple choice question) และคำถามแบบ Semantic differential

2.1 ตัวแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลส่วนต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อครอบครัว ประกอบด้วยคำถามมีคำตอบให้เลือกได้ 2 ทาง (Simple dichotomous question) จำนวน 1 ข้อ คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 3 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกะหนาคารออมสิน เป็นคำถามแบบ Semantic differential จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกะหนาคารออมสิน เป็นคำถามแบบ Semantic differential จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 8 ข้อ คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 10 ข้อ

2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมในการให้บริการของธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ส่วนที่ 3 ทัศนคติด้านการให้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน
4. นำข้อมูลที่สร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้
6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 40 ชุด กับกลุ่มลูกค้าในธนาคารและนำไปหาคำความเชื่อมั่นด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
7. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่กำหนดคือ ธนาคารออมสิน จำนวน 6 สาขาประกอบด้วยสาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ลูกค้าที่มาใช้บริการตอบพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบ

การจัดทำข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้มาบันทึกโดยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้สถิติสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการสถิติที่ใช้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประมวลผลและนำเสนอการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกฉบับ แล้วนำผลการสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติและ

ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Window Version 10 โดยใช้การคำนวณค่าสถิติ ดังนี้

4.1.1. การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.1.1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 1, 3, 4 และข้อ 5 ตอนที่ 4 ข้อ 8 – 17

4.1.1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 2 และข้อ 6 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7

4.1.1.3 ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 2 และข้อ 6 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7

4.1.1.4 หาเกณฑ์การประเมินของแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ได้แก่ แบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3

4.1.2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน จำแนกตามตัวแปรดังนี้

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 2 - 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Independent t-test

2. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4, 5 และข้อ 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า F-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance)

3. สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1, 2, 4, 5 และข้อ 6 สถิติที่ใช้ทดสอบคือค่า F - test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance)

4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4 - 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance)

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ต่อครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

- ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

- ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

- ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) สำหรับการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

4.2.1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

4.2.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic mean) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$\bar{X}$	แทนคะแนนเฉลี่ย
$\sum X$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2540 : 40)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S	แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum X^2)$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum X^2$	แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1.4 เกณฑ์การประเมินแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค. 2537 : 29)

$$\text{Interval (I)} = \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

เมื่อ R แทน คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

C แทน จำนวนชั้น

การกำหนดค่านำหนักของการประเมินค่าแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Semantic differential scale ได้แก่ แบบสอบถามตอนที่ 2 ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ และแบบสอบถามตอนที่ 3 ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ ซึ่งในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ ได้แก่ 5 4 3 2 1 โดยแบ่งเป็นช่วง ๆ ตั้งแต่ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความทางด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความทางด้านขวา โดยกำหนดค่านำหนักของการประเมินค่าดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่ดี
1	หมายถึง	ไม่ดีมาก

เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ย มีดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ทัศนคติที่ดีมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ทัศนคติที่ดี
2.61 - 3.40	หมายถึง	ทัศนคติปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ทัศนคติที่ไม่ดี
1.00 - 1.80	หมายถึง	ทัศนคติที่ไม่ดีมาก

4.2.2 สถิติที่ใช้ในหาคุณภาพแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 เป็นการหาความคงที่ภายใน (Internal consistency) ของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง เป็นการทดสอบก่อน (Pre-test) จำนวน 40 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยวิธีค่าคอนบักแอลฟา (กลายาวาณิชย์บัญชา, 2546)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) \text{ covariance} / \text{covariance}}$$

α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
k	แทนจำนวนคำถาม
$\frac{covariance}{covariance}$	แทนค่าเฉลี่ยแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
$\frac{covariance}{covariance}$	แทนค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

แสดงผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 2 ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7562

ตอนที่ 3 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7695

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้ง 2 ตอน เท่ากับ 0.7271

ซึ่งจากการศึกษาของ Sekaran, Uma (1992 : 287) กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นต้องมีอย่างน้อย 0.60 ขึ้นไป จึงจะสามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้

4.2.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้

4.2.3.1 ค่า t -test เพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินต่างกัน โดยใช้สูตร Independent t -test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545 : 135) ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t -distribution

$\bar{X}_1$ แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$ แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_2 แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

4.2.3.2 ค่า ANOVA (One Way Analysis of Variance) ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่น ๆ โดยใช้สูตร F -Test (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545 : 176-20)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทนค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F – distribution

MS_b แทนความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทนความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$$MS_b = SS_b / (k - 1)$$

$$MS_w = SS_w / (k - 1)$$

เมื่อ SS_b แทนผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between groups sum of squares)

SS_w แทนผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Within groups sum of squares)

k แทนจำนวนกลุ่ม

N แทนจำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

k - 1 แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม

N - k แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม

4.2.3.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี Bonferroni เพื่อดูว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน จากสูตรดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 176-21)

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{S \sqrt{\left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}}$$

$$\text{ที่ } \alpha^* = 2\alpha / k(k - 1), S^2 = \text{MSE}$$

ปฏิเสธ H_0 ถ้า $|t| > t_{1-\alpha^*/2}$ ที่องศาอิสระ n-k

4.2.3.4 ค่า Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Person product moment correlation coefficient) (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543 : 310 – 311) ดังนี้

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r	แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทนผลรวมคะแนนรายข้อ (item) ของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum Y$	แทนผลรวมคะแนนรายข้อ (total) ของทั้งกลุ่ม
$\sum X^2$	แทนผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทนผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทนผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
n	แทนจำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (วรารัตนา อติศรประเสริฐ, เอกสารประกอบการสอน วิชาการเบี่ยงวิธีการวิจัยทางธุรกิจ, 2545) มีดังนี้

- | | |
|--------------------------|--|
| มีค่าระหว่าง 0.00 | หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์เลย (no correlation) |
| มีค่าระหว่าง 0.01 – 0.20 | หมายถึง แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย (virtually no correlation) |
| มีค่าระหว่าง 0.21 – 0.45 | หมายถึง มีความสัมพันธ์น้อย (weak correlation) |
| มีค่าระหว่าง 0.46 – 0.75 | หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง (moderate correlation) |
| มีค่าระหว่าง 0.76 – 0.90 | หมายถึง มีความสัมพันธ์มาก (strong correlation) |
| มีค่าระหว่าง 0.91 – 0.99 | หมายถึง มีความสัมพันธ์มากที่สุด (very strong correlation) |
| มีค่าระหว่าง 1.00 | หมายถึง มีความสัมพันธ์สมบูรณ์ (perfect correlation) |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 444 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
F-Prob..p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์

	สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	218	49.1
	หญิง	226	50.9
	รวม	444	100.0
2.	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	30	6.8
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	51	11.5
	อนุปริญญา / ปวส.	54	12.2
	ปริญญาตรี	271	61.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	38	8.5
	รวม	444	100.0
3.	สถานภาพสมรส		
	โสด	137	30.8
	สมรส	284	64.0
	หม้าย / หย่า	23	5.2
	รวม	444	100.0
4.	อาชีพ		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	167	37.6
	พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	207	46.6
	ผู้ประกอบการกิจส่วนตัว / ค้าขาย	70	15.8
	รวม	444	100.0

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

เพศ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 218 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 และเป็นเพศหญิงจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.8

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และผู้บริโภครที่มีการศึกษาดำรงว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีสถานภาพสมรส จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 สถานภาพหม้าย / หย่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาเป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 และผู้ประกอบการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

ลักษณะประชากรศาสตร์	Minimum	Maximum	$\bar{X}$	S.D.
อายุ	23	60	39.92	7.77
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	8,000	200,000	38,697.07	29,815.90

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

อายุ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีอายุเฉลี่ย 40 ปี โดยผู้ที่มีอายุน้อยที่สุดมีอายุ 23 ปี และผู้ที่มีอายุมากที่สุดมีอายุ 60 ปี

รายได้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 38,697 บาท โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวน้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,000 บาท ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,000 บาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

การวิเคราะห์ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน โดย แจกแจง ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 6 แสดงระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ	ระดับทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (ต่ำกว่าธนาคารอื่น – สูงกว่าธนาคารอื่น)	4.32	0.08	ดีมาก
2. ระยะเวลาในการกู้ยืม (นานกว่าธนาคารอื่น – สั้นกว่าธนาคารอื่น)	4.11	0.91	ดี
3. สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน (สูงกว่าธนาคารอื่น – ต่ำกว่าธนาคารอื่น)	2.99	1.07	ปานกลาง
4. ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน (ต่ำกว่าธนาคารอื่น – สูงกว่าธนาคารอื่น)	3.36	0.78	ปานกลาง
5. ค่าตรวจสอบหลักประกัน (ต่ำกว่าธนาคารอื่น – สูงกว่าธนาคารอื่น)	3.39	0.79	ปานกลาง
6. ค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนอง (ต่ำกว่าธนาคารอื่น – สูงกว่าธนาคารอื่น)	3.41	0.79	ดี
7. การให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในวงเงินกู้ไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน (พอใจให้ใช้บริการ – ไม่พอใจให้ใช้บริการ)	3.35	1.14	ปานกลาง
รวม	3.56	0.57	ดี

จากตาราง 6 ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อโดยรวมในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 ซึ่งสามารถจำแนกระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้

1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

2. ระยะเวลาในการกู้ยืม พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

3. ค่าธรรมเนียมไถ่ถอนจำนอง พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

4. ค่าตรวจสอบหลักประกัน พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.39

5. ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

6. การให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในสัดส่วนไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

7. สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

การวิเคราะห์ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน โดยแจกแจง ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 7 แสดงระดับทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ	ระดับทัศนคติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การติดต่อขอกู้ (สะดวก – ไม่สะดวก)	4.17	0.89	ดี
2. การอนุมัติเงินกู้ (รวดเร็ว – ล่าช้า)	3.94	0.99	ดี
3. การชำระเงินกู้ (สะดวก – ไม่สะดวก)	3.82	1.08	ดี
4. พนักงานให้การต้อนรับและการบริการ (สุภาพ – ไม่สุภาพ)	4.24	0.73	ดีมาก
5. พนักงานมีการให้ความรู้และคำปรึกษา (ดี – ไม่ดี)	4.23	0.70	ดีมาก
6. ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร (มีชื่อเสียง – ไม่มีชื่อเสียง)	4.56	0.69	ดีมาก
7. ความมั่นคงของธนาคาร (มีความมั่นคง – ไม่มีความมั่นคง)	4.81	0.47	ดีมาก
รวม	4.25	0.58	ดีมาก

จากตาราง 7 ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ซึ่งสามารถจำแนกระดับทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้

1. ความมั่นคงของธนาคารออมสิน พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81

2. ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารออมสิน พบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

3. พนักงานให้การต้อนรับและบริการ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรธนาการอมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

4. พนักงานมีการให้ความรู้และคำปรึกษา พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรธนาการอมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

5. การติดต่อขอกู้ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรธนาการอมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

6. การอนุมัติเงินกู้ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรธนาการอมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

7. การชำระเงินกู้ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรธนาการอมสิน ภาค 1 มีระดับทัศนคติที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

ตาราง 8 แสดงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 โดยแจกแจง ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พฤติกรรมในการใช้บริการ	Minimum	Maximum	$\bar{X}$	S.D.
1. จำนวนครั้งที่ขอกู้	1	4	1.1	0.37
2. ระยะเวลาในการกู้	4	30	18.47	6.47
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	3.00	6.25	3.58	0.71
4. เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	1,000	35,900	6,599.84	4,890.66
5. เงินงวดผ่อนชำระจริง	1,000	36,000	7,637.18	5,591.05
6. วงเงินกู้	100,000	4,900,000	895,175.70	673,950.11
7. ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว	1	72	16.14	15.65

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. จำนวนครั้งที่ขอกู้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 โดยเฉลี่ยกู้เป็นครั้งแรก โดยมีการขอกู้น้อยที่สุด 1 ครั้ง และมีผู้บริการที่ขอกู้สูงสุดถึง 4 ครั้ง
2. ระยะเวลาในการขอกู้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระยะเวลาในการขอกู้เฉลี่ยจำนวน 18 ปี โดยระยะเวลาที่ขอกู้น้อยที่สุด 5 ปี และระยะเวลาที่ขอกู้สูงสุด 30 ปี
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยร้อยละ 3.58 อัตราดอกเบี้ยต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 3.00 และอัตราดอกเบี้ยสูงสุดเท่ากับร้อยละ 6.25
4. เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีเงินงวดผ่อนชำระต่อเดือนตามสัญญาโดยเฉลี่ยเท่ากับ 6,600 บาท เงินงวดผ่อนชำระต่อเดือนตามสัญญาต่ำสุดเท่ากับ 1,000 บาท และเงินงวดผ่อนชำระต่อเดือนตามสัญญาสูงสุดเท่ากับ 35,900 บาท
5. เงินงวดผ่อนชำระจริง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีเงินงวดที่ผ่อนชำระจริงต่อเดือนเฉลี่ยเท่ากับ 7,637 บาท เงินงวดที่ผ่อนชำระจริงต่อเดือนต่ำสุดเท่ากับ 1,000 บาทและเงินงวดที่ผ่อนชำระจริงต่อเดือนสูงสุดเท่ากับ 36,000 บาท

6. วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตามสัญญา ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตามสัญญาโดยเฉลี่ยเท่ากับ 895,176 บาท วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตามสัญญาต่ำสุดเท่ากับ 100,000 บาทและวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตามสัญญาสูงสุดเท่ากับ 4,900,000 บาท

7. ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1 ปี 4 เดือน ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วต่ำสุดเท่ากับ 1 เดือนและระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วสูงสุดเท่ากับ 6 ปี

ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
ภาค 1

พฤติกรรมในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทของอัตราดอกเบี้ย		
อัตราดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี	307	69.1
อัตราดอกเบี้ยคงที่ 5 ปี	130	29.3
อัตราดอกเบี้ยลอยตัว	7	1.6
รวม	444	100.0
2. สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน		
วงเงินกู้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50% ของราคาประเมินหลักประกัน	42	9.5
วงเงินกู้คิดเป็น 51 – 60% ของราคาประเมินหลักประกัน	25	5.6
วงเงินกู้คิดเป็น 61 – 70% ของราคาประเมินหลักประกัน	69	15.5
วงเงินกู้คิดเป็น 71 – 80% ของราคาประเมินหลักประกัน	90	20.3
วงเงินกู้คิดเป็น 81 – 85% ของราคาประเมินหลักประกัน	206	46.4
วงเงินกู้คิดเป็น 100% ของราคาประเมินหลักประกัน	12	2.7
รวม	444	100.0
3. ค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์		
ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม	90	20.3
1,500 บาท	116	26.1
1,900 บาท	238	53.6
รวม	444	100.0
4. ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบหลักทรัพย์		
ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม	90	20.3
500 บาท	354	79.7
รวม	444	100.0
5. อัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20% ของรายได้	201	45.3
21- 30% ของรายได้	138	31.0
31- 40% ของรายได้	74	16.7
41- 50% ของรายได้	24	5.4
มากกว่า 50% ของรายได้	7	1.6
รวม	444	100.0

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ท่านประสงค์ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเพื่อ		
ซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง	201	45.3
ปลูกสร้างอาคารบนที่ดินของตนเอง	138	31.0
ซื้อคอนโดมิเนียม	74	16.7
ซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย	24	5.4
อื่น ๆ ได้แก่ ใต้ถุนบ้าน	7	1.6
รวม	444	100.0
7. ประเภทหลักประกัน		
บ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน	184	41.4
ทาวน์เฮาส์พร้อมที่ดิน	180	40.5
บ้านแฝดพร้อมที่ดิน	10	2.3
คอนโดมิเนียม	62	14.0
อาคารพาณิชย์พร้อมที่ดิน	8	1.8
รวม	444	100.0
8. ท่านใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเพื่อ		
ซื้อบ้านหลังแรกของตนเอง	325	73.2
กู้ร่วมกับบุคคลอื่น	32	7.2
ต่อเติมซ่อมแซมอาคาร	40	9.0
ซื้อบ้านหลังที่สอง	42	9.5
อื่น ๆ ได้แก่ ปลูกสร้างอาคารบนที่ดินของตนเอง	5	1.1
รวม	444	100.0
9. ประเภทหลักประกัน		
บ้านเดี่ยว	184	41.4
บ้านแฝด	10	2.3
ทาวน์เฮาส์	180	40.5
คอนโดมิเนียม	62	14.0
อาคารพาณิชย์	8	1.8
รวม	444	100.0

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10. ท่านรู้จักสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสินจากแหล่งใด		
มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ	207	46.6
โทรศัพท์สอบถามจากธนาคาร	95	21.4
หนังสือพิมพ์	6	1.3
โทรทัศน์	30	6.8
นิตยสาร / วารสาร	1	0.2
Internet	23	5.2
อื่น ๆ ได้แก่		
ป้ายประชาสัมพันธ์ด้านหน้าธนาคาร	44	9.9
ธนาคารไปตั้งจุดประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน	12	2.7
มาติดต่อธนาคารด้วยตนเอง	26	5.9
รวม	444	100.0

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ประเภทของอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด เลือกใช้อัตราดอกเบี้ยประเภทอัตราคงที่ 3 ปี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมาเป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่ 4 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และอัตราดอกเบี้ยลอยตัว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน 81 – 85% จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมามีสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน 71 – 80% จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3, สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน 61 – 70% จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5, สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกันต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50% จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และสัดส่วนวงเงินกู้ 100% จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด เสียค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ 1,900 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ 1,500 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบหลักทรัพย์ ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด เสียค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบหลักทรัพย์ 500 บาทมากที่สุด จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 79.7 และได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

อัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือนต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20% ของรายได้ จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา มีอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน 21 – 30% ของรายได้ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1, มีอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน 31 – 40% ของรายได้ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7, มีอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน 41 – 50% จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และมีอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือนมาก

กว่า 50% ของรายได้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพื่อซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาเพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงินอื่น จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9, เพื่อซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4, เพื่อซื้อคอนโดมิเนียม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และเพื่อปลูกสร้างอาคารบนที่ดินของตนเอง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ประเภทหลักประกัน ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีหลักประกันเป็นบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาเป็นทาวน์เฮาส์พร้อมที่ดิน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5, คอนโดมิเนียม จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14, บ้านแฝดพร้อมที่ดิน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และอาคารพาณิชย์พร้อมที่ดิน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ท่านใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินเพื่อ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพื่อซื้อบ้านหลังแรกของตนเอง จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาเพื่อซื้อบ้านหลังที่สองของตนเอง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5, ต่อเติมซ่อมแซมอาคาร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9, กู้ร่วมกับบุคคลอื่น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และปลูกสร้างบ้านบนที่ดินของตนเอง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ประเภทที่อยู่อาศัยที่ท่านกำลังผ่อนอยู่ในขณะนี้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาเป็นทาวน์เฮาส์ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5, คอนโดมิเนียม จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14, บ้านแฝด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และอาคารพาณิชย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ท่านรู้จักสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจากแหล่งใด ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมา โทรศัพท์มาสอบถามที่ธนาคาร จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4, ป้ายโฆษณาด้านหน้าธนาคาร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9, โทรทัศน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8, มาติดต่อที่ธนาคารด้วยตนเอง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9, Internet จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2, ธนาคารไปตั้งจุดประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7, หนังสือพิมพ์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และนิตยสาร/วารสาร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน จำแนกตามตัวแปรดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 2 - 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Independent t-test สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

- H_0 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน
- H_1 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจำแนกตามเพศ

t – test of Equality of Means						
พฤติกรรมในการใช้บริการ	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ระยะเวลาในการขอกู้	ชาย	18.68	6.58	0.673	442	0.501
	หญิง	18.27	6.36			
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	ชาย	3.61	0.71	0.741	441	0.459
	หญิง	3.56	0.71			
เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	ชาย	6,900.50	5,034.92	1.279	442	0.202
	หญิง	6,307.20	4,738.93			
เงินงวดที่ผ่อนชำระจริง	ชาย	8,024.66	6,064.12	1.442	442	0.150
	หญิง	7,260.04	5,073.85			
วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ	ชาย	941,973	7333,671	1.445	442	0.149
	หญิง	849,627	608,439			
ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว	ชาย	16.36	14.71	0.275	428	0.783
	หญิง	15.94	16.52			

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน โดยใช้สถิติ Independent Samples t – test ในการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาในการขอกู้ ในการทดสอบพบว่าระยะเวลาในการขอกู้มีค่า Probability (p) 0.501 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีระยะเวลาในการขอกู้ไม่แตกต่างกัน

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ในการทดสอบพบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีค่า Probability (p) 0.459 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีระยะอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่แตกต่างกัน

เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ในการทดสอบพบว่าเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา มีค่า Probability (p) 0.202 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาไม่แตกต่างกัน

เงินงวดที่ผ่อนชำระจริง ในการทดสอบพบว่าเงินงวดผ่อนชำระจริง มีค่า Probability (p) 0.150 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระจริงไม่แตกต่างกัน

วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ในการทดสอบพบว่า วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ มีค่า Probability (p) 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติไม่แตกต่างกัน

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว ในการทดสอบพบว่าระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว มีค่า Probability (p) 0.783 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4, 5 และข้อ 7 คือด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดผ่อนชำระจริงและระยะเวลาที่ผ่อนชำระแล้ว สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ (H_0)

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมในการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	ระหว่างกลุ่ม	4	5.6 (10) ⁸	140,920,160.5	6.167**	0.000
	ภายในกลุ่ม	439	1.00(10) ¹⁰	22,852,517.647		
	รวม	443	1.06(10) ¹⁰			
เงินงวดผ่อนชำระจริง	ระหว่างกลุ่ม	4	9.30 (10) ⁸	232,512,914.3	7.902**	0.000
	ภายในกลุ่ม	439	1.29(10) ¹⁰	29,426,119.644		
	รวม	443	1.38(10) ¹⁰			
ระยะเวลาที่ผ่อนชำระแล้ว	ระหว่างกลุ่ม	4	688.932	172.233	0.702	0.591
	ภายในกลุ่ม	425	104,344.13	245.516		
	รวม	429	105,033.06			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาและด้านเงินงวดที่ผ่อนชำระจริง พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาและเงินงวดที่ผ่อนชำระจริงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.000 เพื่อให้ทราบว่าการกระจายค่าใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี Bonferroni ดังต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาต่างกันกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$ (บาท)	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย 5,330.00	มัธยมปลาย / ปวช. 4,902.12	อนุปริญญา/ ปวส. 5,955.19	ปริญญาตรี 6,779.41	สูงกว่า ปริญญาตรี 9,565.79
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย	5,330.00		427.88 (1.000)	-625.19 (1.000)	-1,499.41 (1.000)	-4,235.79** (0.003)
มัธยมปลาย/ปวช.	4,902.12			-1,053.07 (1.000)	-1,877.29 (1.000)	-4,663.67** (0.000)
อนุปริญญาตรี/ ปวส.	5,955.19				-824.22 (1.000)	-3,610.60** (0.004)
ปริญญาตรี	6,779.41					-2,786.38** (0.008)
สูงกว่าปริญญาตรี	9,565.79					

n = 444

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายกับผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4,235.79 บาท

ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.กับผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4,663.67บาท

ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี/ปวส.กับผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี / ปวส. แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี / ปวส. มีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3,610.60 บาท

ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีกับผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -2,786.38 บาท

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาต่างกัันกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านเงินงวดผ่อนชำระจริงจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$ (บาท)	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย 6,283.33	มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช. 5,361.54	อนุปริญญา/ ปวส. 7,114.81	ปริญญาตรี 7,777.81	สูงกว่า ปริญญาตรี 11,563.16
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย	6,283.33		921.79 (1.000)	-831.48 (1.000)	-1,494.48 (1.000)	-5,279.82** (0.001)
มัธยมปลาย/ปวช.	5,361.54			-1,753.28 0.969	-2,416.28* (0.034)	-6,201.62** (0.000)
อนุปริญญาตรี/ ปวส.	7,114.81				-663.00 (1.000)	-4,448.34** (0.001)
ปริญญาตรี	7,777.81					-3,785.34** (0.001)
สูงกว่าปริญญาตรี	11,563.16					

n = 444

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายกับผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเงินงวดผ่อนชำระจริง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีเงินงวดผ่อนชำระจริงต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -5,279.82 บาท

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1, 2, 4, 5 และข้อ 6 คือด้านจำนวนครั้งที่กู้ ระยะเวลาในการกู้ เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดผ่อนชำระจริงและวงเงินกู้ สถิติที่ใช้ทดสอบคือการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมในการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งที่กู้	ระหว่างกลุ่ม	2	0.654	0.327	2.380	0.094
	ภายในกลุ่ม	441	60.580	0.137		
	รวม	443	61.234			
ระยะเวลาในการกู้	ระหว่างกลุ่ม	2	503.021	251.511	6.147**	0.002
	ภายในกลุ่ม	441	18043.598	40.915		
	รวม	443	18546.619			
เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	ระหว่างกลุ่ม	2	3.28 (10) ⁸	164,154,796.7	7.051**	0.001
	ภายในกลุ่ม	441	1.03(10) ¹⁰	23,282,599.31		
	รวม	443	1.06(10) ¹⁰			
เงินงวดผ่อนชำระจริง	ระหว่างกลุ่ม	2	3.71(10) ⁸	185,256,761.3	6.062**	0.003
	ภายในกลุ่ม	441	1.35(10) ¹⁰	30,561,461.81		
	รวม	443	1.38(10) ¹⁰			
วงเงินกู้	ระหว่างกลุ่ม	2	3.86 (10) ¹²	1.9294 (10) ¹²	4.311*	0.014
	ภายในกลุ่ม	441	1.97(10) ¹⁴	4.4752 (10) ¹¹		
	รวม	443	2.01(10) ¹⁴			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ด้านระยะเวลาในการกู้ มีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา มีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ด้านเงินงวดที่ผ่อนชำระจริง มีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และด้านวงเงินกู้พบว่า มีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการกู้ ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ด้านเงินงวดที่ผ่อนชำระจริงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 และด้านวงเงินกู้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.005 แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าคุณค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี Bonferroni ดังต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสต่างกับกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านระยะเวลาในการกู้ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$ (ปี)	โสด 19.58	สมรส 18.24	หม้าย / หย่า 14.74
โสด	19.58		1.34 (0.135)	4.84** (0.003)
สมรส	18.24			3.50* (0.036)
หม้าย / หย่า	14.74			

n = 444

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดกับที่มีสถานภาพหม้าย / หย่า จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพหม้าย / หย่า ด้านระยะเวลาในการกู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่สถานภาพโสดมีระยะเวลาในการกู้มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่า และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ปี

ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสกับที่มีสถานภาพหม้าย / หย่า จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพหม้าย /

หย่า ด้านระยะเวลาในการกู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีระยะเวลาในการกู้มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่า โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ปี

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสต่างกับกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	$\bar{X}$ (บาท)	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
		5,475.04	7,244.89	5,334.78
โสด	5,475.04		-1,769.86** (0.001)	140.25 (1.000)
สมรส	7,244.89			1,910.11 (0.206)
หม้าย / หย่า	5,334.78			

$n = 444$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดกับที่มีสถานภาพสมรส จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรส ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาต่ำกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1,769.86 บาท

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านเงินงวดผ่อนชำระจริง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$ (บาท)	โสด 6,521.17	สมรส 8,315.88	หม้าย / หย่า 5,904.35
โสด	6,521.17		-1,794.71** (0.006)	616.82 (1.000)
สมรส	8,315.88			2,411.53 (0.134)
หม้าย / หย่า	5,904.35			

n = 444

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสด กับที่มีสถานภาพสมรส จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสด้านเงินงวดผ่อนชำระจริง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ผู้ที่สถานภาพโสดมีเงินงวดผ่อนชำระจริงต่ำกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1,794.71 บาท

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านวงเงินกู้จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$ (บาท)	โสด 792,664	สมรส 962,570	หม้าย / หย่า 673,609
โสด	792,664		-169,906.19* (0.045)	119,055.54 (1.000)
สมรส	962,570			288,961.73 (0.141)
หม้าย / หย่า	673,609			

n = 444

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดกับที่มีสถานภาพสมรส จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีสถานภาพสมรสด้านวงเงินกู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีวงเงินกู้สูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -169,906.19 บาท

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4 – 7 คือด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดผ่อนชำระจริง วงเงินกู้และระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมในการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	ระหว่างกลุ่ม	2	5,015,702.5	2,507,851.251	0.104	0.901
	ภายในกลุ่ม	441	1.06 (10) ¹⁰	24,015,692.03		
	รวม	443	1.06 (10) ¹⁰			
เงินงวดผ่อนชำระจริง	ระหว่างกลุ่ม	2	21,771,567	108,857,83.67	0.347	0.707
	ภายในกลุ่ม	441	1.38 (10) ¹⁰	31,352,259.89		
	รวม	443	1.38 (10) ¹⁰			
วงเงินกู้	ระหว่างกลุ่ม	2	1.21 (10) ¹⁰	6.0320 (10) ¹¹	1.330	0.266
	ภายในกลุ่ม	441	2.00(10) ¹⁴	4.5353 (10) ¹¹		
	รวม	443	2.01(10) ¹⁴			
ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว	ระหว่างกลุ่ม	2	1,692.454	846.227	3.497*	0.031
	ภายในกลุ่ม	427	103,340.61	242.015		
	รวม	429	105,066.06			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วเท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) ซึ่งหมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี Bonferroni ดังต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$ (ปี)	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน / รับจ้าง	ผู้ประกอบการ ส่วนตัว / ค้าขาย
		18.29	15.58	12.56
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	18.29		2.66 (0.321)	5.74* (0.032)
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	15.58			3.08 (0.472)
ผู้ประกอบการ ส่วนตัว / ค้าขาย	12.65			

n = 444

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจกับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีอาชีพผู้ประกอบการส่วนตัว / ค้าขาย จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีอาชีพผู้ประกอบการส่วนตัว / ค้าขาย ด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีระยะเวลาในการผ่อนชำระมาแล้วนานกว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินที่มีอาชีพผู้ประกอบการส่วนตัว / ค้าขายและมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.74 ปี

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุและรายได้ต่อครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7 คือจำนวนครั้งที่ขอกู้ ระยะเวลาในการกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดที่ผ่อนชำระจริง วงเงินกู้และระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตัวแปร	อายุของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
จำนวนครั้งที่กู้	0.003	0.950	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาในการกู้	-0.396**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	-0.028	0.558	ไม่มีความสัมพันธ์
เงินงวดตามสัญญา	0.182**	0.000	แทบไม่มีความสัมพันธ์เลย
เงินงวดผ่อนชำระจริง	0.160**	0.000	แทบไม่มีความสัมพันธ์เลย
วงเงินกู้	0.012	0.804	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาที่กู้มาแล้ว	0.094	0.052	ไม่มีความสัมพันธ์

n = 444

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จำนวนครั้งที่ขอกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านจำนวนครั้งที่ขอกู้ พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.950 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุกับจำนวนครั้งที่กู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาคู่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาคู่ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการขอคู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.396 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามและความสัมพันธ์กันน้อย กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรือนาคารออมสินมีอายุมากขึ้น ระยะเวลาในการขอคู่จะน้อยลง

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.558 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุกับอัตราดอกเบี้ยไม่มีความสัมพันธ์กัน

เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.182 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและความสัมพันธ์ในระดับน้อย กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรือนาคารออมสินมีอายุมากขึ้น เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจนแทบจะไม่เพิ่มขึ้นเลย

เงินงวดผ่อนชำระจริง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินงวดผ่อนชำระจริง พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.160 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและความสัมพันธ์ในระดับน้อย กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะหรือนาคารออมสินมีอายุมากขึ้น เงินงวดผ่อนชำระจริงจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจนแทบจะไม่เพิ่มขึ้นเลย

วงเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านวงเงินกู้ พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.804 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุกับวงเงินกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุกับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2.2

H_0 : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

H_1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตัวแปร	รายได้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
จำนวนครั้งที่กู้	0.048	0.312	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาในการกู้	-0.052	0.275	ไม่มีความสัมพันธ์
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	-0.007	0.879	ไม่มีความสัมพันธ์
เงินงวดตามสัญญา	0.575**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
เงินงวดผ่อนชำระจริง	0.580**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
วงเงินกู้	0.553**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ระยะเวลาที่กู้มาแล้ว	0.068	0.052	ไม่มีความสัมพันธ์

n = 444

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จำนวนครั้งที่ขอกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านจำนวนครั้งที่ขอกู้ พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.312 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้กับจำนวนครั้งที่กู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาการกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาในการกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.275 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้กับระยะเลากู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.897 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้กับอัตราดอกเบี้ยไม่มีความสัมพันธ์กัน

เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.575 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินมีรายได้มากขึ้น เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาจะเพิ่มขึ้น

เงินงวดผ่อนชำระจริง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการสินด้านเงินงวดผ่อนชำระจริง พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.580 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินมีรายได้มากขึ้น เงินงวดผ่อนชำระจริงจะเพิ่มขึ้น

วงเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการสินด้านวงเงินกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับวงเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.553 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินมีรายได้มากขึ้น วงเงินกู้จะเพิ่มขึ้น

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว พบว่า ค่า Sig. (2 – tailed) เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้กับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7 คือจำนวนครั้งที่ขอกู้ ระยะเวลาในการกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดที่ผ่อนชำระจริง วงเงินกู้และระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

H_1 : ทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตาราง 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตัวแปร	ทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
จำนวนครั้งที่กู้	-0.014	0.763	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาในการกู้	0.053	0.269	ไม่มีความสัมพันธ์
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	-0.112*	0.019	แทบไม่มีความสัมพันธ์เลย
เงินงวดตามสัญญา	0.052	0.275	ไม่มีความสัมพันธ์
เงินงวดผ่อนชำระจริง	0.028	0.562	ไม่มีความสัมพันธ์
วงเงินกู้	0.073	0.123	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาที่กู้มาแล้ว	-0.025	0.063	ไม่มีความสัมพันธ์

n = 444

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

จำนวนครั้งที่กู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้กับจำนวนครั้งที่ขอกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.763 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคดีด้านเงื่อนไขสินเชื่อนี้กับจำนวนครั้งที่ขอกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาในการกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับระยะเวลาในการกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.269 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับระยะเวลาในการกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ พบว่า ค่า Sig. (2 - tailed) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.112 ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามและแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย กล่าวคือ ถ้าอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นผู้ใช้บริการจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

เงินงวดตามสัญญา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาพบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.275 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาไม่มีความสัมพันธ์กัน

เงินงวดผ่อนชำระจริง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระจริง พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.562 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระจริง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

วงเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับวงเงินกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.123 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับวงเงินกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.603 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7 คือจำนวนครั้งที่ขอกู้ ระยะเวลาในการกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดที่ผ่อนชำระจริง วงเงินกู้และระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

H_1 : ทศนคติด้านเงื่อนไขการให้บริการสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ตัวแปร	ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
จำนวนครั้งที่กู้	0.000	0.992	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาในการกู้	-0.016	0.733	ไม่มีความสัมพันธ์
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	0.019	0.697	ไม่มีความสัมพันธ์
เงินงวดตามสัญญา	0.051	0.280	ไม่มีความสัมพันธ์
เงินงวดผ่อนชำระจริง	0.036	0.451	ไม่มีความสัมพันธ์
วงเงินกู้	0.017	0.718	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาที่กู้มาแล้ว	-0.019	0.697	ไม่มีความสัมพันธ์

$n = 444$

จำนวนครั้งที่กู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับจำนวนครั้งที่ขอกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.992 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับจำนวนครั้งที่ขอกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาในการกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับระยะเวลาในการกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.733 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับระยะเวลาในการกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ด้านอัตราดอกเบี้ย พบว่า ค่า Sig. (2 - tailed) เท่ากับ 0.697 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับระยะเวลาในการกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาพบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.280 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาไม่มีความสัมพันธ์กัน

เงินงวดผ่อนชำระจริง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระจริง พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.451 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับเงินงวดผ่อนชำระจริงไม่มีความสัมพันธ์กัน

วงเงินกู้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับวงเงินกู้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.718 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับวงเงินกู้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.697 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิด

ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 จากการประมวลผลสามารถจำแนกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เทคโนโลยี ธนาคารออมสินใช้ระบบงานสินเชื่อแบบ Stand Alone โดยผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบยอดเงินฝากได้เฉพาะสาขาที่ตนเองทำการติดต่อขอกู้ไว้เท่านั้น ไม่มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสาขาในการปฏิบัติงานสินเชื่อทำให้ลูกค้าที่ชำระเงินงวดต่างสาขาไม่สามารถทราบยอดเงินกู้คงเหลือได้ ธนาคารฯ ควรเปลี่ยนมาใช้ระบบสินเชื่อ On-Line ทั่วประเทศซึ่งจะช่วยส่งเสริมด้านข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น

2. รูปแบบในการชำระเงิน ธนาคารออมสินมีระบบในการรับชำระเงินอยู่เพียง 2 วิธี คือ การชำระผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคารและการชำระผ่านบัญชีเงินฝากธนาคารออมสิน ธนาคารฯ จึงควรเพิ่มรูปแบบหรือวิธีในการชำระเงินงวดให้หลากหลายมากขึ้น เช่น การชำระผ่านตู้ ATM , การเปิดบริการในวันเสาร์ – อาทิตย์, การชำระเงินผ่านหน่วยงานซึ่งมีผู้ทำงานอยู่, การชำระผ่าน Internet , การชำระเงินผ่านตู้รับเช็คของธนาคาร ฯลฯ

3. สัดส่วนวงเงินกู้ ธนาคารฯ ควรเพิ่มสัดส่วนวงเงินกู้ให้มากขึ้น จากเดิมผู้กู้สามารถกู้ได้ไม่เกินร้อยละ 85 ของราคาประเมินที่ดินพร้อมอาคารและกู้ได้ไม่เกินร้อยละ 80 ของราคาขายซื้อขาย กรณีซื้อที่ดินพร้อมอาคาร, กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 70 ของราคาขาย กรณีซื้อห้องชุด, กู้ได้ร้อยละ 100 ของราคาประเมิน กรณีปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร จากสัดส่วนตัวเลขดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธนาคารฯ มีสัดส่วนวงเงินกู้ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น ธนาคารฯ ควรปรับสัดส่วนวงเงินกู้ให้มากขึ้นกว่าเดิมให้มีสัดส่วนใกล้เคียงกับธนาคารและสถาบันการเงินอื่นซึ่งสามารถให้สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกันได้ถึง 100% ของราคาประเมิน อันจะช่วยจูงใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินมากยิ่งขึ้น

4. ขั้นตอนในการชำระเงิน ในการชำระเงินผู้ใช้บริการต้องติดต่อเคาน์เตอร์สินเชื่อก่อน เพื่อรับใบเสร็จรับเงินจากเจ้าหน้าที่สินเชื่อและนำไปเสร็จไปชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของพนักงานเทลเลอร์ทำให้ผู้ใช้บริการเสียเวลาในการติดต่อ 2 ขั้นตอน ธนาคารฯ ควรปรับปรุงระบบโดยลดกระบวนการทำธุรกรรมให้เหลือเพียงขั้นตอนเดียว เพราะการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ในขั้นตอนที่ 2 นั้นผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าใช้เวลาค่อนข้างมาก เนื่องจากต้องรอคิวจากผู้ที่ทำธุรกรรมประเภทอื่นด้วยไม่ว่าจะเป็น ฝาก – ถอน, สลากออมสินพิเศษ, เช็ค ฯลฯ

5. การพัฒนาระบบการบริหารงานภายในองค์กร ธนาคารฯ ควรพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถรองรับกับปริมาณงานเพราะธนาคารฯ ใช้เวลาในการอนุมัติเงินกู้โดยเฉลี่ย 15 – 20 วัน ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์อื่นสามารถอนุมัติเงินกู้ได้ภายใน 7 - 10 วัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระบบการปฏิบัติงานและบุคลากรมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอกับระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะยังให้ความคิดเห็นว่าพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านสินเชื่อควรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ที่จะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน

6. การที่ธนาคารออมสินมีนโยบายให้ผู้กู้สามารถปรับลดอัตราดอกเบี้ยได้ โดยเข้าร่วมโครงการอัตราดอกเบี้ยคงที่ ซึ่งเป็นผลให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารฯ ได้ใช้อัตราดอกเบี้ยต่ำ ธนาคารฯ ควรมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อรูปแบบต่าง ๆ ในกรณีที่ธนาคารฯ มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงเงื่อนไขต่าง ๆ ด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถทราบการเปลี่ยนแปลงนโยบายต่าง ๆ ของธนาคารฯ ได้

7. ในด้านการให้บริการอื่น ๆ ที่ธนาคารฯ ควรปรับปรุงคือ การเพิ่มสถานที่จอดรถ, การพัฒนาเทคโนโลยีด้าน Internet , การปรับปรุงอาคาร - สถานที่ เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 อันจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารออมสิน ในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินในครั้งนี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
2. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
3. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

สมมติฐาน

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน
2. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
3. ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
4. ทัศนคติด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มลูกค้าผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน ภาค 1 จำนวน 5,014 ราย (ยอดคงเหลือ ณ เดือนธันวาคม 2545, ที่มา : ฝ่ายงานสนับสนุน ธนาคารออมสินภาค 1) โดยแบ่งออกเป็น 24 สาขาตามระบบการบริหารงานของธนาคาร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

โดยเลือกจากผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะของธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่สามารถให้ข้อมูลได้ ซึ่งขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างมีดังต่อไปนี้

1. การเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) กับประชากรทั้ง 24 สาขา โดยการจับสลากเลือกสาขาใดสาขาหนึ่งจำนวน 6 สาขา ซึ่งคิดเป็น 25% ของจำนวนสาขาในภาค 1 เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ซึ่งได้แก่ สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน

2. การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้สาขาละ 74 คน ซึ่งได้แก่ สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าว สาขาศรียาน

3. การเลือกตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience sampling) จากกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนที่สอง โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 444 คน ตามที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดคำถามแบบปิด (Closed response questions) คำถามแบบเปิด (Open – ended question) คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก(Multiple choice question) และคำถามแบบ Semantic differential

ตัวแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลส่วนต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อครอบครัว ประกอบด้วยคำถามมีคำตอบให้เลือกได้ 2 ทาง (Simple dichotomous question) จำนวน 1 ข้อ คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 3 ข้อ และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน เป็นคำถามแบบ Semantic differential จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการให้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน เป็นคำถามแบบ Semantic differential จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 8 ข้อ คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 10 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมในการให้บริการของธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ส่วนที่ 3 ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน
4. นำข้อมูลที่สร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้
6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 40 ชุด กับกลุ่มลูกค้าในธนาคารและนำไปหาความเชื่อมั่นด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
7. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ศึกษา

ธนาคารออมสิน 6 สาขาประกอบด้วย สาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่กำหนดคือ ธนาคารออมสินจำนวน 6 สาขาประกอบด้วยสาขากระทรวงยุติธรรม สาขากระทรวงการคลัง สาขาบางเขน สาขาสะพานแดง สาขาลาดพร้าวและสาขาศรียาน โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ลูกค้าที่มาใช้บริการตอบพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประมวลผลและนำเสนอการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกฉบับและนำผลการสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Window Version 10 โดยการใช้การคำนวณค่าสถิติ ดังนี้

การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 1, 3, 4 และข้อ 5 ตอนที่ 4 ข้อ 8 – 17
2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 2 และข้อ 6 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7
3. ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 2 และข้อ 6 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ข้อ 1 – 7

4. หาเกณฑ์การประเมินของแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ได้แก่ แบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐาน
ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน จำแนกตามตัวแปรดังนี้

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 2 - 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Independent t - test

2. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4, 5 และข้อ 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า F-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance)

3. สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1, 2, 4, 5 และข้อ 6 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า F - test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance)

4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4 - 7 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance)

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ต่อครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

- ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 - 7

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

- ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 - 7

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติด้านการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

- ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 1 - 7

เกณฑ์การประเมินแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ดังนี้

การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Semantic differential scale กับแบบสอบถามตอนที่ 2 ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อและแบบสอบถามตอนที่ 3 ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ ซึ่งในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ ได้แก่ 5 4 3 2 1 โดยแบ่งเป็นช่วง ๆ ตั้งแต่ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความทางด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความทางด้านขวา โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่ดี
1	หมายถึง	ไม่ดีมาก
เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ย มีดังนี้		
4.21 - 5.00	หมายถึง	ทัศนคติที่ดีมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ทัศนคติที่ดี
2.61 - 3.40	หมายถึง	ทัศนคติปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ทัศนคติที่ไม่ดี
1.00 - 1.80	หมายถึง	ทัศนคติที่ไม่ดีมาก

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสินภาค 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

เพศ ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 218 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 และเป็นเพศหญิงจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.8

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และผู้บริโภครที่มีการศึกษาดำรงต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 สถานภาพหม้าย / หย่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาเป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 ตามลำดับ

อายุ ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีอายุเฉลี่ย 40 ปี โดยผู้ที่มีอายุน้อยที่สุดมีอายุ 23 ปี และผู้ที่มีอายุมากที่สุดมีอายุ 60 ปี

รายได้ ผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 38,697 บาท โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวน้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,000 บาท ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,000 บาท

การวิเคราะห์ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการวิจัยระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ด้านระยะเวลาในการกู้ยืม ด้านสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน ด้านค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน ด้านค่าตรวจสอบหลักประกัน ด้านค่าธรรมเนียมไถ่ถอนจำนอง ด้านการให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในสัดส่วนไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อโดยรวมดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับทัศนคติดีมากในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือมีระดับทัศนคติที่ดีต่อระยะเวลาในการกู้ยืม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11, มีระดับทัศนคติที่ดีต่อค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41, มีระดับทัศนคติปานกลางต่อค่าตรวจสอบหลักประกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, มีระดับทัศนคติปานกลางต่อค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36, มีระดับทัศนคติปานกลางต่อการให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในวงเงินไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และลำดับสุดท้ายมีทัศนคติปานกลางต่อสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

การวิเคราะห์ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการวิจัยระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านการติดต่อขอกู้ ด้านการอนุมัติเงินกู้ ด้านการชำระเงินกู้ ด้านการต้อนรับและบริการของพนักงาน ด้านการให้ความรู้และคำปรึกษาของพนักงาน ด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารออมสิน ด้านความมั่นคงของธนาคารออมสิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อโดยรวมอยู่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับทัศนคติดีมากในเรื่องด้านความมั่นคงของธนาคารออมสิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 รองลงมาคือมีระดับทัศนคติที่ดีต่อด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารออมสิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56, มีระดับทัศนคติที่ดีต่อการให้การต้อนรับและการบริการของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24, มีระดับทัศนคติที่ดีต่อการให้ความรู้และคำปรึกษาของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23, มีระดับทัศนคติต่อการติดต่อขอกู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, มีระดับทัศนคติต่อการติดต่อขอกู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และลำดับสุดท้ายมีทัศนคติต่อการชำระเงินกู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการขอกู้เป็นครั้งแรก โดยระยะเวลาในการขอกู้มีระยะเวลาโดยเฉลี่ยเท่ากับ 18 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยร้อยละ 3.58 เงินงวดผ่อนชำระต่อเดือนตามสัญญาโดยเฉลี่ยเท่ากับ 6,600 บาท เงินงวดผ่อนชำระจริงต่อเดือนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 7,637 บาท วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตามสัญญา โดยเฉลี่ยเท่ากับ 895,176 บาท ระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1 ปี 4 เดือน ประเภทของอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบันที่นิยมใช้มากที่สุด คืออัตราดอกเบี้ยประเภทอัตราคงที่ 3 ปี สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกันผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน 81 – 85% โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ 1,900 บาทและเสียค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบหลักทรัพย์ 500 บาท ด้านอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือนต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20% ของรายได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ประเภทหลักประกันส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดินที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่กู้เพื่อซื้อบ้านหลังแรกของตนเอง ส่วนประเภทที่อยู่อาศัยที่ท่านกำลังผ่อนอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยว และผู้ให้บริการส่วนใหญ่รู้จักสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินจากการแนะนำจากผู้อื่น

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน จำแนกตามตัวแปรดังนี้

เพศ ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการไม่แตกต่างกันด้านระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่พบว่า มีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาและด้านเงินงวดผ่อนชำระจริงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกันด้านจำนวนครั้งที่กู้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่พบว่า มีระยะเวลาในการกู้ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ด้านเงินงวดผ่อนชำระจริงและด้านวงเงินกู้แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ด้านเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา ด้านเงินงวดผ่อนชำระจริงและด้านวงเงินกู้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่พบว่า มีระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ต่อครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

อายุ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่ามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการกู้ เงินงวดตามสัญญา และเงินงวดผ่อนชำระจริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.396, 0.182 และ 0.160 ตามลำดับ ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามสำหรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันสำหรับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดผ่อนชำระจริง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา เงินงวดผ่อนชำระจริงและวงเงินกู้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.575, 0.580 และ 0.553 ตามลำดับ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับพฤติกรรมในการใช้บริการ พบว่ามีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.112 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับพฤติกรรมในการใช้บริการ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 25 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
1.	ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกัน	
1.1	ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2	ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกัน	
1.2.1	ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2.2	ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีเงินงวดที่ผ่อนชำระจริงแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2.3	ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีระยะเวลาในการผ่อนชำระจริงแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3	ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกัน	
1.3.1	ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีจำนวนครั้งในการกู้แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3.2	ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระยะเวลาในการกู้แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3.3	ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3.4	ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระจริงแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3.5	ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีวงเงินกู้แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
1.4	ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกัน	
1.4.1	ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญาแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.4.2	ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีเงินงวดผ่อนชำระจริงแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.4.3	ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีวงเงินกู้แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.4.4	ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้วแตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน	
2.1	อายุมีความสัมพันธ์พฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน	
2.1.1	อายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ขอกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.2	อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการกู้	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.3	อายุมีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.4	อายุมีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.5	อายุมีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระ	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.6	อายุมีความสัมพันธ์กับวงเงินกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.7	รายได้มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
2.2	รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ เคหะธนาคารออมสิน	
2.2.1	รายได้มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ขอ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2.2	รายได้มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2.3	รายได้มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2.4	รายได้มีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระตาม สัญญา	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2.5	รายได้มีความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระจริง	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2.6	รายได้มีความสัมพันธ์กับวงเงินกู้	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2.7	รายได้มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่กู้มาแล้ว	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน	
3.1	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับจำนวน ครั้งที่ขอกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.2	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ในการกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.3	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับอัตรา ดอกเบี้ยเงินกู้	เป็นไปตามสมมติฐาน
3.4	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับเงินงวด ผ่อนชำระตามสัญญา	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.5	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับเงินงวด ผ่อนชำระจริง	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.6	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับวงเงินกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.7	ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ที่ผ่อนชำระมาแล้ว	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 25 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
4.	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน	
4.1	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ขอกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.2	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.3	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.4	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.5	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับเงินงวดผ่อนชำระจริง	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.6	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับวงเงินกู้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.7	ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายดังนี้

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมในการใช้บริการในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิทธิชัย จริยวิทยานนท์. (2543 : 59) ที่พบว่าผู้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผลที่มีเพศแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า ส่วนลักษณะด้านประชากรศาสตร์อื่นได้แก่ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นผลจากหลักการและแนวทางในการวิเคราะห์สินเชื่อของธนาคารออมสิน ที่พบว่าสถานการณ์ในปัจจุบันมีผู้ประสงค์ขอกู้เงินเพื่อสินเชื่อที่อยู่อาศัยมากขึ้น ธนาคารฯ จึงมีนโยบายให้สาขาดำเนินการปล่อยสินเชื่อเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ และเพื่อให้การดำเนินการให้สินเชื่อเคหะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้กำหนดแนวทางการพิจารณาสินเชื่อ ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการกู้ คุณสมบัติผู้กู้ อาชีพ รายได้ การศึกษาและมูลค่าหลักประกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรา การะเกด. (2541 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการบริหารงานสินเชื่อ ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารออมสิน สาขานครนายก จากการศึกษาพบว่า ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ใช้ภูมิหลังของผู้กู้ในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส การศึกษา สถานที่พักอาศัย รายได้ ระยะเวลาในการทำงานรายได้ของบุคคลในครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์สินเชื่อ

การวิเคราะห์ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการวิจัยระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้, ด้านระยะเวลาในการกู้ยืม, ด้านสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน, ด้านค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน, ด้านค่าธรรมเนียมไถ่ถอนจำนอง, ด้านการให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในสัดส่วนไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อโดยรวมดี เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับทัศนคติดีมากในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีระดับทัศนคติที่ดีต่อระยะเวลาในการกู้ยืมและค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนอง มีทัศนคติปานกลางต่อค่าตรวจสอบหลักประกัน ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน การให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในวงเงินไม่เกิน 85% ของราคาประเมิน และสัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน จะเห็นได้ว่าผู้บริการส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่ออัตราดอกเบี้ยของธนาคารฯ เนื่องจากธนาคารออมสินได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ 3 ปี อัตราดอกเบี้ยคงที่ 4 ปี อัตราดอกเบี้ยคงที่ 5 ปี และเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถาบันการเงินซึ่งจะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ อีกทั้งธนาคารฯ ได้นำเสนอโครงการปรับลดอัตราดอกเบี้ยให้แก่ผู้กู้ที่เคยใช้อัตราดอกเบี้ยในอัตราดอกเบี้ยสูงสามารถเข้าร่วมโครงการได้ โดยเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม

โครงการ 0.5% ของยอดเงินกู้ที่เหลือ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของคุณภาพบริการ ของซีทอมอล, พาราสุราแมนและเบอร์รี่ กล่าวคือ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ ประกอบด้วย การเข้าถึงความต้องการของลูกค้า โดยความแตกต่างระหว่างการคาดหวังในการบริการกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากบริการจะเป็นคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้

การวิเคราะห์ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการวิจัยระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านการติดต่อขอู้ ด้านการอนุมัติเงินกู้, ด้านการชำระเงินกู้ ด้านการต้อนรับและบริการของพนักงาน, ด้านการให้ความรู้และคำปรึกษาของพนักงาน, ด้านชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารออมสินและด้านความมั่นคงของธนาคารออมสิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก สืบเนื่องจากธนาคารออมสินเป็นธนาคารของรัฐบาล อีกทั้งมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีในด้านความมั่นคง ผู้ใช้บริการจึงมีความมั่นใจในการเข้ามาใช้บริการว่าจะได้รับบริการที่ดี สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งในการกู้ยืมลูกค้าจะมองด้านอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากการกู้ยืมมากกว่ากระบวนการในการให้บริการ ซึ่งถ้าหากเงื่อนไขหลักที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าแล้วการเพิ่มคุณภาพในการให้บริการจึงสามารถจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้ เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับทัศนคติดีมากในเรื่องด้านการให้การต้อนรับและการบริการของพนักงาน การให้ความรู้และคำปรึกษาของพนักงาน ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารและความมั่นคงของธนาคาร และมีระดับทัศนคติที่ดีการติดต่อขอู้ การอนุมัติเงินกู้และการชำระเงินกู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกตินิก กลันบุคย์ (2540 : 23) ที่กล่าวว่าคุณภาพของการบริการที่ดีคือ SERVICE กล่าวคือ พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความสนใจลูกค้า มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว แสดงออกถึงความเคารพและให้เกียรติลูกค้า มีการให้บริการด้วยความเต็มใจ มีการแสดงออกซึ่งเสริมภาพพจน์ขององค์กร มีกริยาอาการสุภาพ อ่อนโยนมีมารยาทและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง จากการที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการสินเชื่อในด้านต่าง ๆ นั้น ธนาคารออมสินควรเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ให้กับเจ้าหน้าที่สินเชื่อด้วยการฝึกอบรมจากธนาคารฯ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากผู้ที่มีประสบการณ์หรือจากบุคลากรภายนอกซึ่งจะช่วยให้ได้รับองค์ความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการศึกษาทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน โดยภาพรวมทั้ง 7 ด้าน คือ จำนวนครั้งที่ขอู้, ระยะเวลาในการกู้, อัตราดอกเบี้ยเงินกู้, เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา, เงินงวดผ่อนชำระจริง, วงเงินกู้และระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว พบว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ถ้าอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นผู้ใช้บริการจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ทั้งนี้อาจสืบเนื่องจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยนั้น ลูกค้าจะพิจารณาปัจจัยในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากธนาคารหรือสถาบันการเงินเป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการ ซึ่งหากธนาคารใดสามารถส่งมอบเงื่อนไขที่ดีที่สุดและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดา ณรงค์. (2538 : บทคัดย่อ)

เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยระหว่างธนาคารของรัฐกับธนาคารพาณิชย์ จากการศึกษาพบว่า ธนาคารพาณิชย์อื่นสามารถให้กู้ได้ในขอบเขตที่กว้างกว่า ในขณะที่ธนาคารของรัฐได้ให้ความช่วยเหลือประชาชนที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองตามอัตราดอกเบี้ย โดยมุ่งเน้นการบริการแก่คนที่มีรายได้ปานกลางและรายได้ต่ำเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ได้ตอบสนองความต้องการมีที่อยู่อาศัย โดยการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ และผู้บริโภคได้ตัดสินใจใช้บริการธนาคารของรัฐ โดยเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

จากการศึกษาทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน โดยภาพรวมทั้ง 7 ด้าน คือ จำนวนครั้งที่ขอกู้, ระยะเวลาในการกู้, อัตราดอกเบี้ยเงินกู้, เงินงวดผ่อนชำระตามสัญญา, เงินงวดผ่อนชำระจริง, วงเงินกู้และระยะเวลาที่ผ่อนชำระมาแล้ว พบว่า ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการบริการสินเชื่อของแต่ละสถาบันการเงินก่อนการตัดสินใจ ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สัดส่วนวงเงินกู้ และค่าธรรมเนียมในการจัดการสินเชื่อ หลังจาก que ผู้บริโภคติดต่อขอใช้บริการสินเชื่อแล้ว ผู้บริโภคจึงเกิดความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจในบริการ ซึ่งบริการที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจได้นั้น ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในการอนุมัติเงินกู้ การชำระเงิน การให้การต้อนรับและการบริการของพนักงาน การให้ความรู้และคำปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของธงชัย สันติวงศ์ (2543 : 173-174) กล่าวคือ กลยุทธ์ของงานบริการมีลักษณะ 1. คุณภาพของงานบริการเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก 2. ธุรกิจการให้บริการมักจะมีการแข่งขันในด้านราคา 3. การตลาดบริการมีลักษณะพิเศษที่จะไม่สามารถกำหนดมาตรฐานผลผลิตได้ 4. บริการเป็นสิ่งที่ไม่อาจประหยัดได้ 5. ความยากลำบากในการเพิ่มปริมาณผลผลิต ซึ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการจะต่างกันไปตามประเภทของสินค้าและบริการ ผู้ใช้บริการไม่ได้ใช้ปัจจัยเดียว แต่ใช้หลายปัจจัยในการพิจารณาความพึงพอใจอันนำมาซึ่งทัศนคติในการใช้บริการและไม่มีความตรงกันที่สามารถวัดทัศนคติได้ในทุกสถานการณ์และการที่ผู้บริโภคใช้หลาย ๆ ปัจจัยในการเปรียบเทียบและพิจารณาทัศนคตินั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาค้นคว้า ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากการศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 38,697 บาทและมีสถานภาพสมรส ดังนั้น ธนาคารฯ ควรศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานสินเชื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุด

2. ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อ โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยเฉพาะในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าพิจารณาในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย แต่ในด้านสัดส่วนวงเงินกู้ยืมนั้น ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในระดับปานกลาง ในปัจจุบันสัดส่วนวงเงินกู้ยืมของธนาคารฯ ยังต่ำกว่าธนาคารและสถาบันการเงินอื่น ธนาคารฯ ควรพิจารณาเพิ่มสัดส่วนวงเงินกู้ให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยให้มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน อันจะทำให้ผู้กู้ได้รับวงเงินกู้ที่เพิ่มมากขึ้นและจะช่วยจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินมากยิ่งขึ้น

3. ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีทัศนคติดีมากในด้านการให้บริการสินเชื่อทั้งในด้านความมั่นคงของธนาคาร ชื่อเสียงและภาพพจน์ การให้การต้อนรับและการบริการ ตลอดจนการให้ความรู้และคำปรึกษา นอกจากนี้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการติดต่อขอกู้ การอนุมัติเงินกู้และการชำระเงินกู้ ธนาคารฯ ควรรักษาภาพรวมด้านนี้ไว้ด้วยการฝึกอบรมพนักงานให้เกิดความรู้ ความชำนาญ ในการปฏิบัติงาน สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ มีความเป็นกันเองและเป็นมิตรกับลูกค้าด้วยการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารฯ

4. พฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้อัตราดอกเบี้ยประเภทคงที่ 3 ปี เนื่องจากเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำและสามารถจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ธนาคารฯ ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทั่วไปได้รับทราบเพื่อจูงใจให้ผู้ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเข้ามาใช้บริการ ในด้านสัดส่วนวงเงินกู้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสัดส่วนวงเงินกู้ 81 – 85% ของราคาประเมินหลักประกัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการประเมิน หลักทรัพย์ 1,900 บาทและมีค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบหลักทรัพย์ 500 บาท เงินงวดผ่อนชำระต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20% ของรายได้ โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและได้ถอนจำนวนจากสถาบันการเงินอื่น หลักประกันส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ดังนั้น ธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ที่ต้องการซื้อบ้านใหม่และได้ถอนจำนวน โดยนำเสนอเงื่อนไขสินเชื่อของธนาคารฯ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีสำหรับผู้บริโภค

5. แหล่งข้อมูล ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน โดยมีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน คนรู้จักญาติ ฯลฯ ธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและจะแนะนำลูกค้าคนต่อไปให้มาใช้บริการ

6. ด้านเทคโนโลยี ธนาคารฯ ควรติดตั้งระบบสินเชื่อ On-Line ทั่วประเทศและพัฒนาเทคโนโลยีสินเชื่อเพื่ออยู่อาศัยให้ผู้ใช้บริการได้ทราบยอดเงินกู้คงเหลือในแต่ละเดือน เนื่องจากกรณีชำระเงินต่างสาขานั้นลูกค้าไม่สามารถทราบยอดเงินกู้คงเหลือได้ อีกทั้ง พนักงานยังใช้การพิมพ์หรือการเขียนด้วยมือในการออกใบเสร็จ ดังนั้น ธนาคารฯ ควรมีการพัฒนากระบวนการออกใบเสร็จรับเงินให้มีความทันสมัยมากกว่าเดิม ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือและระบบการจัดเก็บข้อมูล

7. รูปแบบในการชำระเงินงวด จากเดิมที่ธนาคารฯ มีระบบในการรับชำระเงินงวดอยู่เพียง 2 วิธี คือ การชำระผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคารและการชำระผ่านบัญชีเงินฝากธนาคารออมสิน ธนาคารฯ ควรเพิ่มรูปแบบหรือวิธีในการชำระเงินงวดให้หลากหลายมากขึ้น อาทิ การชำระผ่านตู้ ATM , การเปิดบริการในวันเสาร์ - อาทิตย์ , การชำระเงินผ่านหน่วยงานซึ่งผู้กู้ทำงานอยู่, การชำระผ่าน Internet , การชำระเงินผ่านตู้รับเช็คของธนาคาร เป็นต้น นอกจากธนาคารฯ สามารถให้บริการในธุรกรรมสินเชื่อแล้ว ยังสามารถให้บริการธุรกรรมประเภทอื่นได้

8. ขั้นตอนในการชำระเงิน ผู้ใช้บริการต้องติดต่อเคาน์เตอร์สินเชื่อก่อนเพื่อรับใบเสร็จรับเงินจากเจ้าหน้าที่สินเชื่อและนำใบเสร็จไปชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของพนักงาน โดยเฉพาะในบางสาขานั้นผู้ให้บริการต้องขึ้นไปติดต่อเคาน์เตอร์สินเชื่อชั้น 2 และลงมาชำระเงินที่ชั้น 1 ทำให้ผู้ให้บริการต้องเสียเวลาถึง 2 ขั้นตอน ดังนั้น ธนาคารฯ ควรปรับปรุงระบบการรับชำระเงินให้มีความทันสมัยและมีความคล่องตัวมากขึ้น

9. ด้านข้อมูลข่าวสารและสื่อ ธนาคารควรเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารฯ ในเบื้องต้น ด้วยการบริการสื่อที่สามารถให้ข้อมูลตรงแก่ลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการมีที่อยู่อาศัย แต่ยังไม่ได้เลือกโครงการหรือหมู่บ้านที่ต้องการ เช่น การจัดทำหรือจัดหาวารสารที่เกี่ยวข้องกับบ้านและที่ดิน ได้แก่ นิตยสารบ้านและที่ดิน, นิตยสาร Home Buyer Guide, นิตยสารอาคารและที่ดิน, นิตยสารตลาดบ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ในเว็บไซต์ของธนาคารฯ ควรจัดทำบริการเงินกู้ขั้นพื้นฐานสำหรับผู้ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัย โดยจัดทำข้อมูลและวิธีการผ่อนชำระเพื่อช่วยให้ผู้กู้สามารถประเมินความสามารถในการกู้ได้

บริการอีกรูปแบบหนึ่งคือ การให้บริการค้นหาข้อมูลทาง Internet โดยรวบรวมเว็บไซต์เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย บ้านและที่ดินหรือเว็บไซต์ของวงการอสังหาริมทรัพย์ ให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกแหล่งที่อยู่อาศัยที่ตนเองต้องการและสามารถตรวจสอบเงื่อนไขสินเชื่อของธนาคารออมสินได้ เว็บไซต์เหล่านี้ได้แก่ wangthong.com, Home4Thai, Homedd.com, Home2hand, krisdanakorn.co.th, happy-land.com เป็นต้น

10. ด้านการประชาสัมพันธ์ ธนาคารฯ ควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ การให้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารฯ ด้วยการตั้งจุดประชาสัมพันธ์ในแหล่งชุมชน ในหมู่บ้านหรือโครงการที่อยู่อาศัยที่สร้างใหม่หรือทำการประสานงานกับผู้ประกอบการ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและเงื่อนไขการให้สินเชื่อแก่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยได้ทราบเงื่อนไขสินเชื่อของธนาคารฯ ในเบื้องต้น

11. การพัฒนาบุคลากรและระบบการบริหารงานภายในองค์กร ธนาคารฯ ควรปรับปรุงจำนวนบุคลากรให้พอเพียงกับปริมาณงานเนื่องจากพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านสินเชื่อควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์เชิงปฏิบัติตรงกับสายงาน สามารถช่วยแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยให้กับผู้ให้บริการได้อย่างชัดเจน โดยจัดการฝึกอบรมให้กับพนักงานไม่ว่าจะเป็นการอบรมภายในธนาคารฯ หรือการฝึกอบรมนอกสถานที่ อันจะช่วยเสริมทักษะให้พนักงานสินเชื่อได้รับองค์ความรู้ใหม่ ๆ และทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษาในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน เช่น ในด้านอัตราดอกเบี้ย สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน ค่าใช้จ่ายในการจัดการสินเชื่อ ตลอดจนแนวโน้มของแหล่งที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินในส่วนภูมิภาค โดยทำการวิจัยเป็นรายภาค อันจะทำให้ทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานสินเชื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละภาคต่อไป

3. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยเปรียบเทียบระหว่าง ธนาคารออมสินกับธนาคารพาณิชย์ หรือธนาคารออมสินกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าของธนาคารออมสินส่วนหนึ่งเป็นผู้ที่ไถ่ถอนจำนองมาจากสถาบันการเงินอื่น
4. ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีต่อการปฏิบัติงานด้านสินเชื่อ
5. ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารประชาชนที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน เนื่องจากปัจจุบันธนาคารฯ มีลูกค้าธนาคารประชาชนเป็นจำนวนมาก จึงควรให้การสนับสนุนลูกค้าชั้นดีได้ใช้บริการสินเชื่อเคหะต่อไป
6. ศึกษานโยบายทางการเงินของภาครัฐที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสินโดยเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น
7. ศึกษาโครงสร้างสินเชื่อและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกภรณ์ จีรุงฤทธิ์. (2539). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารอาคารสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษ ธานีวงศ์. (2528). เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2541). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS For Window. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกตุณี กลั่นบุญ. (2540). ความคาดหวังของผู้รับบริการรักษาพยาบาลต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ชนินทร์ พิทยาวิธ. (2533). ธนาคารพาณิชย์ใช้มาตรการอะไรในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อ. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : บริษัทอัมรินทร์พริ้นติ้ง กรุ๊ป จำกัด
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งเรืองสานส์การพิมพ์
- ดำรงศักดิ์ บุตรประพันธ์และคณะ. (2542). นโยบายการเคหะในประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณีการประเมินสัมฤทธิ์ภาพของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในการให้สินเชื่อที่อยู่อาศัย. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ทวีศักดิ์ จันทนา. (2540). สินเชื่อและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการให้สินเชื่อธนาคารแหลมทอง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร
- ธงชัย สันติวงษ์. (2535). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทโรมพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- นราศรี ไวนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). ระเบียบวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิตยา ตรีสุทธาชีพ. (2532). การศึกษาโครงสร้างสินเชื่อและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้สินเชื่อเพื่อการเคหะ กรณีศึกษาธนาคารอาคารสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2530). การบริหารงานสินเชื่อ หน่วยที่ 7 – 11. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช

- _____. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1 – 8. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : หจก. โรงพิมพ์ชวนพิมพ์
- _____. (2541). จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1 – 7. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช
- รายงานประจำปี. (2543). กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน
- _____. (2544). กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน
- _____. (2545). กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน
- วชิรา การเกิด. (2541). ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการบริหารงานสินเชื่อ กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขา นครนายก. ภาคนิพนธ์ สาขาวิชาการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก
- วรางคณา อติศรประเสริฐ. (2545). เอกสารประกอบการสอนวิชาการระเบียบวิธีการวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีระเกียรติ ตรีชนะกิตติ. (2544). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับมาตรฐาน ISO : กรณีศึกษาของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เฉพาะพนักงานสินเชื่อสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก. กรุงเทพฯ : บริษัทกราฟฟิก เฟอ์แมท (ไทย แลนด์) จำกัด
- สนอง ศิริกุลวัฒนา. (2540). คู่มือเตรียมสอบธนาคารออมสิน. กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์พัฒนาหลักสูตร จำกัด
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการ สร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : เดช – เอนกการพิมพ์
- ศักดิ์ดา ณรงค์. (2538). เปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยระหว่างธนาคารอาคาร สงเคราะห์กับธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2543). วิธีใช้โปรแกรม SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ซี เด แอนด์ ไฟต์สตูดิโอ.
- ศิริพร สุประมาศ. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อรรถกฤต อังคะพินทุ. (2542). การขยายบทบาทของธนาคารออมสินต่อการพัฒนาสินเชื่อที่อยู่อาศัย. วิทยานิพนธ์ สด.ม. (เคหะการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- Assael, Henry. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati, Ohio : South – Western College Publishing.
- Dell I. Hawkins, Roger J. Best and Kenneth A. Coney. (1986). *Consumer Behavior*. Texas : Business Publication.
- John C. Mowen. (1998). *Consumer Behavior*. N.J. : Prentice – Hall, INC.
- Loudon, David L. and Della Bitta, Albert J. (1993). *Consumer Behavior*. New York : McGraw – Hill.
- Staton, William J. and Charles Futrell. (1987). *Fundamentals of Marketing*. New York : McGraw – Hill.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice – Hall.
- Valarie A. Zeithamal, A Parasuraman & Leonard L. Berry. (1990). *Delivering Quality Service*. New York : The Free Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะ
ธนาคารออมสิน ภาค 1

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง : ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1

โดย นางสาวจิราพร พัฒนเมธี รหัส 451995493
นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

คำชี้แจง

ข้อมูลที่ได้รับจากท่านทั้งหมดจะใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น โดยนำเสนอผลเป็นส่วนรวมมิใช่รายบุคคล จึงไม่กระทบกระเทือนต่อการประกอบอาชีพ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบแบบสอบถามนี้ตามความจริงจนครบถ้วน เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ตามความมุ่งหมายและขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง แบบสอบถามชุดนี้มี 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. ปัจจุบันท่านมีอายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

() 3. อนุปริญญา / ปวส.

() 4. ปริญญาตรี

() 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หม้าย / หย่า

5. อาชีพ

() 1. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 2. พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน

() 3. ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() 4. เกษตรกร

() 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว.....บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ____ ที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ต่ำกว่าธนาคารอื่น

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

สูงกว่าธนาคารอื่น

2. ระยะเวลาในการกู้ยืม

นานกว่าธนาคารอื่น

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

สั้นกว่าธนาคารอื่น

3. สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน

สูงกว่าธนาคารอื่น

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

ต่ำกว่าธนาคารอื่น

4. ค่าประเมินมูลค่าหลักประกัน

ต่ำกว่าธนาคารอื่น

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

สูงกว่าธนาคารอื่น

5. ค่าตรวจสอบหลักประกัน

ต่ำกว่าธนาคารอื่น

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

สูงกว่าธนาคารอื่น

6. ค่าธรรมเนียมในการไถ่ถอนจำนอง

ต่ำกว่าธนาคารอื่น

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

สูงกว่าธนาคารอื่น

7. การให้กู้เพิ่มหลังจากปีที่ 2 ในวงเงินไม่เกิน 85% ของราคาประเมินหลักประกัน

จูงใจให้ท่านใช้บริการ

____ : ____ : ____ : ____ : ____
5 4 3 2 1

ไม่จูงใจให้ท่านใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ____ ที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. การติดต่อขอกู้

สะดวก	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ไม่สะดวก
	5 4 3 2 1	

2. การอนุมัติเงินกู้

รวดเร็ว	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ล่าช้า
	5 4 3 2 1	

3. การชำระเงินกู้

สะดวก	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ไม่สะดวก
	5 4 3 2 1	

4. พนักงานให้การต้อนรับและการบริการ

สุภาพ	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ไม่สุภาพ
	5 4 3 2 1	

5. พนักงานมีการให้ความรู้และคำปรึกษา

ดี	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ไม่ดี
	5 4 3 2 1	

6. ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารออมสิน

มีชื่อเสียง	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ไม่มีชื่อเสียง
	5 4 3 2 1	

7. ความมั่นคงของธนาคารออมสิน

มีความมั่นคง	_____ : _____ : _____ : _____ : _____	ไม่มีความมั่นคง
	5 4 3 2 1	

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน

1. การขอกู้สินเชื่อเคหะครั้งนี้เป็นครั้งที่
2. ระยะเวลาในการขอกู้ของท่านเท่ากับ..... ปี
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของท่านในปัจจุบันเท่ากับ.....%
4. เงินงวดผ่อนชำระต่อเดือนของท่านตามสัญญาเท่ากับ.....บาท
5. เงินงวดที่ท่านผ่อนชำระจริงต่อเดือนเท่ากับ.....บาท
6. วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติในครั้งนี้ตามสัญญาเท่ากับ.....บาท
7. ท่านผ่อนชำระมาแล้วเป็นระยะเวลา.....ปี.....เดือน
8. อัตราดอกเบี้ยของท่านในปัจจุบันจัดเป็นอัตราดอกเบี้ยแบบใด

☐ 1. อัตราดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี	☐ 2. อัตราดอกเบี้ยคงที่ 4 ปี
☐ 2. อัตราดอกเบี้ยคงที่ 5 ปี	☐ 3. อัตราดอกเบี้ยลอยตัว
9. สัดส่วนวงเงินกู้ต่อหลักประกัน

☐ 1. วงเงินกู้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50% ของราคาประเมินหลักประกัน
☐ 2. วงเงินกู้คิดเป็น 51 - 60% ของราคาประเมินหลักประกัน
☐ 3. วงเงินกู้คิดเป็น 61 - 70% ของราคาประเมินหลักประกัน
☐ 4. วงเงินกู้คิดเป็น 71 - 80% ของราคาประเมินหลักประกัน
☐ 5. วงเงินกู้คิดเป็น 81 - 85% ของราคาประเมินหลักประกัน
☐ 6. วงเงินกู้คิดเป็น 100% ของราคาประเมินหลักประกัน
10. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์เท่ากับเท่าไร

☐ 1. ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม	☐ 2. 1,500 บาท
☐ 3. 1,900 บาท	☐ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....บาท
11. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบหลักทรัพย์เท่ากับเท่าไร

☐ 1. ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม	☐ 2. 500 บาท
☐ 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... บาท	
12. อัตราเงินผ่อนชำระต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20%ของรายได้ต่อเดือน	☐ 2. 21 - 30% ของรายได้ต่อเดือน
☐ 3. 31 - 40% ของรายได้ต่อเดือน	☐ 4. 41 - 50% ของรายได้ต่อเดือน
☐ 5. มากกว่า 50% ของรายได้ต่อเดือน	
13. ท่านประสงค์ขอใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเพื่อ

☐ 1. ซื้อที่ดินว่างเปล่า	☐ 2. ซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง
☐ 3. ปลูกสร้างอาคารบนที่ดินตนเอง	☐ 4. ซื้อคอนโดมิเนียม
☐ 5. ซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย	☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
14. ประเภทหลักประกัน

☐ 1. ที่ดินว่างเปล่า	☐ 2. บ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน	☐ 3. ทาวน์เฮาส์พร้อมที่ดิน
☐ 4. บ้านแฝดพร้อมที่ดิน	☐ 5. คอนโดมิเนียม	☐ 6. อาคารพาณิชย์พร้อมที่ดิน

..

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/35418

วันที่ ๙.๕. เมษายน 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมณี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ สินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์สุภิญญา ดัชฌาภิรมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน ภาค 1

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาวจิราพร พัฒนมณี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภกรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ทม 1012/ 2546

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕3 เมษายน 2546

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ผลการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขากระทรวงยุติธรรม ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมนี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์ศุภิญญา ดัชนีกรมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ตอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวจิราพร พัฒนมนี ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-9340931 มือถือ 09-1619300



ที่ ทม 1012/ 56226

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๙3 เมษายน 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขากระทรวงการคลัง ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมนี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์ศุภิญญา ดัชฌาภิรมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ตอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวจิราพร พัฒนมนี ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นายแพทย์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-9340931 มือถือ 09-1619300



ที่ ทม 1012/ 2546

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕3 เมษายน 2546

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาบางเขน ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมณี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์สุภิญญา ศุภนาภิรมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน ภาค 1 ตอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวจิราพร พัฒนมณี ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-9340931 มือถือ 09-1619300



ที่ ทม 1012/ 2546

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๔3 เมษายน 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาสะพานแดง ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมนี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อกะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์ศุภิญญา คัชฌาภิรมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ให้บริการสินเชื่อกะธนาคารออมสิน ภาค 1 ตอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อกะธนาคารออมสิน ภาค 1 ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวจิราพร พัฒนมนี ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-9340931 มือถือ 09-1619300



ที่ ทม 1012/5 ๑๕ ๑

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๔3 เมษายน 2546

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ผลการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาลาดพร้าว ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมนี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์สุภิญญา ดัชฌาภิรมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน ภาค 1 ตอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวจิราพร พัฒนมนี ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร ะหวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-9340931 มือถือ 09-1619300



ที่ ทม 1012/ ๕๔๖.3

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕ 3 เมษายน 2546

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาศรียาน ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวจิราพร พัฒนมนี นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1" โดยมี อาจารย์ศุภิญญา ดัชนีภริมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ให้บริการสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน ภาค 1 ตอบแบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวจิราพร พัฒนมนี ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณี หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-9340931 มือถือ 09-1619300

ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. ผศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผศ.สุพาดา สิริฤทธา	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวจิราพร พัฒนมนั
วันเดือนปีเกิด	7 กันยายน 2517
สถานที่เกิด	จ.ตรัง
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	10 หมู่ 6 ถ.ลาดพร้าว ซอย 124 วังทองหลาง บางกะปิ กรุงเทพฯ 10310
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	พนักงานปฏิบัติการ 4
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารออมสิน
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2540	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ.2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ