

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย
ของธนาคารไทยพาณิชย์ภายใต้ความรับผิดชอบของเขตท่าแพ
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวสุทัตตา เปล่งสิริ โสภา

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการสินเชื่อบ้านใหม่จากธนาคารไทยพาณิชย์
ภายใต้ความรับผิดชอบของเขตท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
ในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์จำนวน 350 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา
และการให้น้ำหนักความสำคัญโดยใช้ ลิเคิทธิสเกล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย อายุเฉลี่ย 38 ปี จบการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทและเจ้าของกิจการ รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท
กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์เฉลี่ยรายละ 9 ปี ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
ใช้สินเชื่อบ้านใหม่อันดับ 1 คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุ การได้รับแนะนำชักชวนจากพนักงานธนาคาร อันดับ 2 คือด้านการ
ให้บริการของพนักงานธนาคาร ซึ่งได้แก่พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและความรวดเร็ว
ในการอนุมัติสินเชื่อ และอันดับ 3 คือด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินกู้ที่ได้รับมีจำนวนมากและ
ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อบ้านเดี่ยวทั้ง 1 และ 2 ชั้น ในเขตอำเภอ
สันทรายและอำเภอเมือง ขนาดที่ดินเฉลี่ย 59 ตารางวา โดยมีราคาบ้านพร้อมที่ดินเฉลี่ย 3.25 ล้านบาท
วงเงินกู้ที่ได้รับจากธนาคารเฉลี่ยรายละ 2.81 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 86.4 ของราคาบ้านพร้อมที่ดิน
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยร้อยละ 7.44 ต่อปี เงินผ่อนต่องวดเฉลี่ย 17,263 บาท ระยะเวลาการผ่อน
เฉลี่ย 96 งวด ส่วนใหญ่ทำการชำระเงินกู้ผ่านทางธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการ
ใช้บริการสินเชื่อบ้านใหม่อยู่ในระดับมากโดยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของธนาคาร

เป็นอันดับ 1 โดยพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการและความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
อันดับ 2 คือด้านการประชาสัมพันธ์โดยธนาคารมีการติดตั้งป้ายโฆษณาแจกแผ่นพับอย่างต่อเนื่อง
และการชักชวนแนะนำจากพนักงานธนาคาร และอันดับ 3 คือด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ระยะเวลาการผ่อน
ยาวนาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Customers' Behavior in Using Housing Loan of Siam Commercial Bank, Under Responsibility Tha Phae Area, Chiang Mai Province	
Author	Miss Sutatta Plangsirisopa	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Porntip Thianteerawit	Advisor
	Associate Professor Seksin Srivatananukulkit	Co-advisor

ABSTRACT

The objective of this study was to find out the factors underlying the customers' behavior in obtaining a housing loan from Siam Commercial Bank under the responsibility of the Tha Phae Area, Chiang Mai Province by collecting and analyzing data from a questionnaire distributed to 350 customers of the respective bank. Afterward, the data was statistically described and given a weighted significance according to Likert's Scale.

The findings indicated that the sample group comprised mostly male of an average age around 38 years old holding a Bachelor's Degree. These customers worked for some companies and some were business owners. Their monthly income was averaged around 30,001 – 50,000 Baht and they had been the bank's customers for approximately 9 years. The number one market factor affecting their application for a Housing Loan from Siam Commercial Bank was the publicity of the bank on television and radio along with the persuasion of the bank's officials. The second factor was the bank's service along with courtesy and promptness of the bank's employees and the efficiency in giving approval of the loan application. The third factor involved the product itself or the large amount of the loan and the long period of repayment. Most of the sample group made a purchase of a single house of either one or two stories in Sansai and Muang Districts with the land area of 59 square wah on average. The price of the land and house was approximately 3.25 million Baht, whereas the loan granted by the bank was approximately 2.81 Million Baht or 86.4% of the total price while the annual interest rate was 7.44% and the

installment repayment of the loan averaged 17,263 Baht for 96 repayment terms. Most of the repayment was done through the bank. The sample group's satisfaction with the Housing Loan was at a high level with the satisfaction in the service of the bank concerning the courtesy and promptness in the service and the quick results being the number one, the publicity concerning consistency in setting up the advertisement board and dissemination of the brochures along with the persuasion by the bank's employees being the number two rank and the third rank was the product or the long period granted for the loans.