

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการกู้ยืม
เงินจากบริษัทลิสซิ่ง ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นางสุรติ ผาทอง

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ: รศ.ดร.เดช กาญจนางกูร ประธานกรรมการ
ผศ.ธงชัย ชูสุวรรณ กรรมการ
ผศ. กัญญา กุณีกาญจน์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักที่จะค้นหาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการกู้ยืมเงินจากบริษัทลิสซิ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการว่าต้องการอะไร อย่างไร และ ที่ไหน ข้อมูลที่ได้มาจะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการลิสซิ่งที่จะพัฒนางานและเข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เช่าจำนวน 200 คน จาก 10 บริษัทลิสซิ่ง ที่มีสถานที่ตั้งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลของผู้เช่าที่ทำสัญญาแบบเช่าซื้อของบริษัทลิสซิ่ง ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับปริมาณความต้องการสินเชื่อที่มีอยู่ในตลาด ในประเทศไทยการทำธุรกิจลิสซิ่งไม่จำกัดผู้ใช้บริการต้องเป็นนิติบุคคลเท่านั้น ยังสามารถอนุมัติให้บริการบุคคลธรรมดาแต่จะเป็นการให้สินเชื่อโดยการทำสัญญาการเช่าซื้อ ซึ่งมีข้อแตกต่างที่เด่นชัดคือสัญญาเช่าซื้อเมื่อถึงกำหนดการชำระครบถ้วน จะมีการโอนกรรมสิทธิ์สินทรัพย์สู่ผู้เช่าทันที ส่วนสัญญาลิสซิ่งขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันตั้งแต่เริ่มทำสัญญา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการจะเป็นเพศชายร้อยละ 60.0 และเพศหญิงร้อยละ 40.0 ในจำนวนผู้ใช้บริการทั้งหมดเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่าร้อยละ 40.0 จะมีช่วงอายุจะอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 36.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนอาชีพของผู้ใช้บริการพบว่าร้อยละ 35.0 มีอาชีพเป็นเกษตรกร และร้อยละ 40.0 มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการเพื่อขอรับบริการกู้ยืมเงินจากบริษัทลิสซิ่ง พบว่า ปัจจัยที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมด้านการตลาดให้ธุรกิจลิสซิ่งดำเนินกิจการไปด้วยดี คือ ปัจจัยทางการให้บริการสินเชื่อ เช่น อัตราดอกเบี้ย วงเงินกู้ การอนุมัติที่รวดเร็ว เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ นอกเหนือจากนี้ยังมีตัวแปรที่สำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้จักและสนับสนุนการตัดสินใจ คือ สื่อการโฆษณา สื่อที่ได้ผลมากที่สุดคือสื่อทางด้านมนุษยสัมพันธ์ อันเกิดจากเพื่อนแนะนำญาติแนะนำ และตัวแทนขายรถแนะนำ

ส่วนทางด้านข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการกู้ยืมเงิน ซึ่งจะมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อการปรับปรุงคุณภาพงานบริการลิสซิ่ง จะมีข้อเสนอแนะดังนี้ ต้องการให้บริษัทลิสซิ่งปรับอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับสถานะของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มากกว่านี้ และควรปรับปรุงระบบการทำงานให้เป็นที่ประทับใจ

Independent Study Title	Factors Affecting the Choice for Leasing Company in Muang District,Chiang Mai Province		
Author	Mrs.Surat Patong		
M.Econ	Economics		
Examining Committee	Associate Prof.Dr. Decha Karnjanangkura	Chairman	
	Assistant Prof.Kanya Kunthikan	Member	
	Assistant Prof.Thongchai Shusuwan	Member	

ABSTRACT

An effort to conduct market research is an attempt to better understanding the market demographics. This research will tell us the pattern of consumer behavior and their need. To better understand the client, we will be able to modify our business model, product and services. We are conducting research data base on 200 sample clientele and 10 leasing companies located within Muang district, Chiang Mai Province. All of the reference data was all the actual hire purchase contract data done with real clientele. In thailand; the leasing business is not only limited to the holding company, a person can also access to the leasing service for hire purchase contract. The difference between hire purchase and leasing contract is when the install payment completed the title of ownership would be transferred from the lessor to the lessee but leasing contract can choose to transfer or not.

In our survey, we found that 60.0 percent were male while the remaining 40.0 percent were female. This survey found that 40.0 percent were aged ranging from 31-40 years old. Also, 36.0 percent of all those surveyed had undergraduate educational back

ground. The range of carriers were as follow: 35.0 percent are agricultural base professionals. And found that 40.0 percent have median income of 10,000-20,000 baht.

In addition to our research, we found that the most important factor influencing client's decision making are as follow:

1. Interest rates fluctuation.
2. Credit line extent and flexibility.
3. Rapid authorization.

The most efficient advertising media are;

1. Human relation; Human; Clientele interaction.
2. Word of mouth; clientele'recommendation.
3. Walk in.

From our client point of view, the client recommend that the following factor would effect their decision making

1. The interest must reflect the market rate.
2. Customers services and public relation.