

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย
ของลูกค้านักพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด

Title The factors influencing customers' decision on using housing
loan services in Thai commercial banks classified by size

ผู้เขียน ภัทรนิสา ศรสังข์ทอง
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Email: pizzeera@hotmail.com
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนทรตรา จันทบุรี
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Email: sunadtra_cha@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มบุคคลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด จำนวน 328 ตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยวิธีร้อยละ และวิธีตารางไขว้ (Cross tabulation) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในธนาคารพาณิชย์ไทยทุกขนาด โดยเฉพาะธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดกลางที่เป็นปัจจัยอันดับแรก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านวงเงินกู้ที่ได้รับ ซึ่งต่างจากธนาคารขนาดเล็กที่วงเงินกู้ที่ได้รับมีอิทธิพลในการตัดสินใจมากกว่าอัตราดอกเบี้ย สำหรับปัจจัยสำคัญอันดับที่สามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารไทยแต่ละขนาดก็มีความแตกต่างกัน คือ สำหรับธนาคารขนาดใหญ่เป็นจำนวนสาขาของธนาคาร ในขณะที่ธนาคารขนาดกลางเป็นระยะเวลากู้ และธนาคารขนาดเล็กเป็นอัตราการผ่อนชำระต่อเดือน

จากผลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นข้อเท็จจริงว่า ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่และขนาดกลางจะมีอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารขนาดเล็ก ปัจจัยนี้จึงมีผลมากที่สุด ส่วนธนาคารขนาดเล็กไม่สามารถแข่งขันในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยได้ จึงเน้นในเรื่องของ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ซึ่งส่วนใหญ่ธนาคารขนาดเล็กมักจะให้วงเงินสินเชื่อเต็ม 100% ของราคาประเมินหลักประกัน

การศึกษาค้นคว้านี้ให้ข้อสรุปที่น่าสนใจว่า ธนาคารทุกขนาดต่างมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การทำให้ได้รับผลกำไรสูงสุด แต่ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และความเสี่ยงภัยที่ธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดยอมรับได้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่กำหนดอัตราดอกเบี้ยต่ำ ความเสี่ยงที่ได้รับย่อมต่ำด้วย แต่ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดเล็กมีอัตราดอกเบี้ยสูง และส่วนใหญ่ให้วงเงินสินเชื่อเต็ม 100% ของราคาประเมินหลักประกัน จำเป็นต้องแบกรับความเสี่ยงมากกว่า แต่ได้รับผลตอบแทนในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่มากกว่าธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ด้วย

คำสำคัญ : สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารพาณิชย์ขนาดต่างๆ วงเงินสินเชื่อ

Abstract

This article studies the factors influencing customers' decision on using housing loan services in Thai commercial banks classified by size. The data were collected from 328 customers through the questionnaire and accumulated for percentage and cross tabulation analysis. The result shows that the interest rate is the dominant factor affecting customers' decision of using housing loan services in all size of Thai commercial banks. The interest rate is obviously the most influencing factor to large and medium commercial banks and the next one is the credit approval. That is different from the small commercial banks which their customers are influenced by the approved loan much more than the interest rate. The third important factor influencing the decision of Thai commercial banks' customers varies in each size of the banks as well. The third important factor influencing on customers of big commercial banks is the number of branches while loan duration and rate of monthly installments influence on decision of customers in the medium and small commercial banks respectively.

The results above prove that the interest rate of Thai big and medium commercial banks is lower than that of small commercial banks. That is why this factor is the most influencing factor. On the contrary, the small banks cannot compete with the others on the interest rate. Therefore, they emphasize on the credit approval given to their customers and most of them approve 100% credit approval of asset appraisal.

This study can significantly conclude that every size of Thai commercial banks has the same purpose – gaining the highest level of profit. However, they must realize social responsibility and risks that each bank can handle. For example, the less interest rate Thai big commercial banks identify, the less risk they will face. Small commercial banks, on the other hand, give the high interest rate and 100% credit limit of cost appraisal to their customers. Therefore, they have to hold more risks but they will gain more benefits from the interest rate than big commercial banks.

Keyword: housing loan, Thai commercial banks, credit approval

บทนำ

ธนาคารพาณิชย์ไทย หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย และมีสำนักงานใหญ่อยู่ในประเทศไทย ซึ่งธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศมาก โดยมีบทบาทเป็นสื่อกลางทางการเงิน ทำหน้าที่หลักในการระดมเงินออมโดยการรับฝากเงินจากประชาชน หน่วยธุรกิจ และหน่วยงานราชการต่างๆ แล้วทำการกระจายสินเชื่อในรูปแบบของการให้กู้ยืมหรือการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ ถือเป็นบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศที่เกิดขึ้นตั้งแต่ ปี พ.ศ.2540 ได้ส่งผลกระทบต่อฐานะของสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหาที่เกี่ยวกับหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้(Non-Performing Loans: NPLs) ที่มีระดับสูง ทำให้สถาบันการเงินหลายแห่งต้องเร่งเพิ่มทุนเพื่อให้มีกองทุนเพียงพอตามที่ทางการกำหนด จึงทำให้มีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่ออาชีพส่วนตัวของเศรษฐกิจ และทำให้สภาพคล่องของอัตราเงินฝากต่อเงินปล่อยสินเชื่อในระบบธนาคารสูงขึ้นด้วย จากการร่วมทุนของธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศได้ส่งผลให้ระบบธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและการบริการรูปแบบใหม่รวมทั้งการให้สินเชื่อที่มีความเสี่ยงน้อย อาทิ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้และช่วงชิงลูกค้า

จากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินต่างๆ เห็นได้จากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของสินเชื่อในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2551 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย : กรกฎาคม 2551) กล่าวคือ กลุ่มธนาคารขนาดใหญ่ 4 แห่ง มีสินเชื่อปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า จำนวน 88,704 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.45 กลุ่มธนาคารขนาดกลาง 4 แห่ง สินเชื่อรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า 7,428 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 0.68 และกลุ่มธนาคารขนาดเล็ก 6 แห่ง สินเชื่อเพิ่มขึ้นจากเดือนที่แล้ว 5,414 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.71

จากการแข่งขันในด้านการบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและได้รับประโยชน์มากขึ้น ทั้งในด้านการแข่งขันเรื่องอัตราดอกเบี้ย การขยายวงเงินกู้ การลดภาระในการผ่อนชำระเงินงวดค่าใช้จ่ายในการขอกู้ และความรวดเร็วในการอนุมัติ และการให้บริการเงินกู้ ปัจจัยเหล่านี้จะดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการของสถาบัน ดังนั้นการศึกษาว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดจะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยในแต่ละขนาดได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประเภทการให้บริการ หลักเกณฑ์ เงื่อนไข วัตถุประสงค์ในการให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด
4. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เป็นที่พอใจของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด

ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยกำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่ใช้บริการที่ สำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด ดังนี้

ธนาคารขนาดใหญ่ คือ ธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมทั้งตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารขนาดกลาง คือ ธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมทั้งตั้งแต่ร้อยละ 3 แต่ไม่ถึงร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารไทยธนาคาร

ธนาคารขนาดเล็ก คือ ธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมทั้งต่ำกว่าร้อยละ 3 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่ ธนาคารธนาชาติ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) ธนาคารยูโอบี และธนาคารเกียรตินาคิน

2. ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จะเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคคลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทนี้อยู่แล้ว

3. เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ในเรื่องลักษณะหรือคุณสมบัติของผู้บริโภค และทัศนคติของผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการของธนาคารทั้งสามกลุ่มมีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

4. ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาคือข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในช่วงเดือนสิงหาคม ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. 2551

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จะเก็บข้อมูลโดยวิธีสำรวจด้วยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบ สัดส่วนประชากร และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา.2549:14) ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดตัวอย่าง
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่น กำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ Z=1.96
	E	แทน	ความคลาดเคลื่อนสูงสุด (ระดับ 0.05)
แทนค่าตามสูตร	n	=	$\frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$
		=	384.16

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง เป็นจำนวนขั้นต่ำที่ควรศึกษา แต่เนื่องจากการศึกษารั้วนี้มีข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่าย กำลังคน และเวลา ผู้ศึกษาจึงเก็บตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้วนี้ จำนวน 328 ตัวอย่าง จากการเลือกกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เป็นกรณีศึกษาทำให้ได้ตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้เป็น 3 กลุ่ม และทำการสุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะเจาะจงสถานที่แจกแบบสอบถามเฉพาะที่สำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด โดยแบ่งเป็นขนาดใหญ่จำนวน 128 ตัวอย่าง ขนาดกลางและขนาดเล็ก จำนวนกลุ่มละ 100 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จะทำการรวบรวมจากเอกสาร รายงาน ระเบียบการและคำสั่งต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย สมาคมสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รวมถึงข้อมูลจากสิ่งพิมพ์อื่นอีก เช่น วารสาร และหนังสือพิมพ์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสาร ระเบียบการและคำสั่งต่างๆ ของแต่ละธนาคาร เพื่อวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 1 คือ การศึกษาประเภทการให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติในการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค โดยใช้วิธีดังต่อไปนี้

2.1 วิธีร้อยละ เพื่อพิจารณาว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคกลุ่มใด และลูกค้าของธนาคารทั้งสามกลุ่มมีคุณสมบัติอย่างไร

2.2 วิธีตารางไขว้ (Cross tabulation) เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัว และรายได้ครอบครัว ว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือไม่ และผู้ใช้บริการสินเชื่อดังกล่าวของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กมีทัศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกันหรือไม่

ผลการศึกษา

1. หลักเกณฑ์ในการประเมินความเสี่ยงภัยในการให้สินเชื่อ

ในการให้สินเชื่อของธนาคารนั้น มีโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียดังกล่าวคือ เมื่อ มีการให้สินเชื่อไปแล้ว ผู้กู้อาจจะไม่สามารถชำระคืนเงินต้นหรือดอกเบี้ยให้แก่ธนาคารได้ ฉะนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ธนาคารจะต้องวินิจฉัยวิเคราะห์อย่างรอบคอบ โดยต้องศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะทางการเงินของผู้กู้ วัตถุประสงค์ ตลอดจนความสามารถในการจัดการและการหารายได้ของผู้กู้ด้วย เพื่อให้เงินที่ธนาคารให้สินเชื่อไปนั้น สามารถก่อให้เกิดรายได้และใช้คืนให้แก่ธนาคารได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการประเมินความเสี่ยงภัยในการกู้ยืมโดยอาศัยหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า 6 C's policy ได้แก่ (วาสนา, 2527 : 84/86)

1. ประเวดีผู้กู้ (character) เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความตั้งใจในการชำระหนี้คืน และความรับผิดชอบต่อภาวะหนี้สินที่ผูกพันผู้กู้ ในกรณีที่ผู้กู้เป็นนักธุรกิจธนาคารจะต้องทราบถึงการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของธุรกิจทั้งในอดีตและปัจจุบัน ตลอดจนทราบลักษณะของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการว่าเป็นคนที่มีความสามารถ มีชื่อเสียง และความซื่อสัตย์เพียงใด

2. ความสามารถในการหารายได้ (capacity) ผู้กู้จะสามารถชำระหนี้คืนได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการหารายได้ของเขา ซึ่งธนาคารควรจะตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้กู้ โดยวิเคราะห์จากข่าวสารที่ได้รับ และบ่งแสดงฐานะการเงินของผู้กู้ เช่น งบดุล งบกำไร ขาดทุน งบกระแสเงินสด เป็นต้น ซึ่งจะพิจารณาจากรายรับจากการขายทรัพย์สินหรือ หลักทรัพย์ กำไรของกิจการหลังหักภาษี และการกู้ยืมจากแหล่งอื่น

3. เงินทุน (capital) เป็นการประเมินถึงเงินทุนของผู้กู้ว่า เงินทุนที่เจ้าของธุรกิจนำ มาลงในกิจการมีมากน้อยเพียงใด มีทรัพย์สินที่ปลดจากภาระการจำนอง จำนำมากน้อยเท่าใด เงินทุนของผู้กู้จะเป็นความเข้มแข็งทางการเงิน (financial strength) ที่ใช้สนับสนุนในการชำระหนี้ ที่อาจเปลี่ยนสภาพมาเป็นความสามารถชำระหนี้ได้เมื่อมีการชำระบัญชี

4. หลักประกัน (collateral) หลักประกันจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยลดอัตราความเสี่ยงภัยของธนาคาร ในกรณีที่ผู้กู้ไม่สามารถชำระหนี้ได้

5. ภาวะทางเศรษฐกิจ (economic condition) ในการพิจารณาให้สินเชื่อควรพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ทางเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ธนาคารควรนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ความเคลื่อนไหวราคาสินค้า ภาวะการแข่งขันของธุรกิจ ภาวะตลาดและแนวโน้มของธุรกิจ โดยทั่วไป ภาวะการเมือง ภัยธรรมชาติ เป็นต้น

การที่ธนาคารรับทราบเหตุการณ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และการคาดการณ์ที่เหมาะสม จะช่วยให้การตัดสินใจให้สินเชื่อมีความผิดพลาดน้อยลงในกรณีของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ตามปกติแล้วจะพิจารณา รายละเอียดดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการกู้ยืม เพื่อจัดซื้อที่อยู่อาศัย อาคารที่พักอาศัยประเภทต่างๆ รวมทั้งการก่อสร้างและซ่อมแซมที่อยู่อาศัย

2. ที่อยู่อาศัยของผู้ที่ต้องการซื้อ ต้องอยู่ในเขตท้องที่เดียวกับธนาคารพาณิชย์ หรือสาขาของธนาคารพาณิชย์นั้นๆ แต่ถ้าในกรณีที่ผู้ขอกู้เป็นผู้ซื้อรายย่อยโครงการ ก็จะสามารถ กู้ได้จากธนาคารพาณิชย์สนับสนุนวงเงินสินเชื่อโครงการ และผู้ซื้อรายย่อย

3. ผู้ขอกู้ต้องมีอาชีพที่มั่นคงและรายได้ที่แน่นอน จนสามารถชำระหนี้คืนได้ โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองรายได้ของหน่วยงาน (กรณีประกอบกิจการส่วนตัว) หรือใบแจ้งยอดบัญชีย้อนหลัง 6 เดือน จากธนาคารหรือสถาบันการเงิน (กรณีประกอบกิจการส่วนตัว) นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายในครอบครัว และอื่นๆ ของผู้กู้ด้วย

4. หลักประกันเป็นที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ผู้กู้ซื้อ

5. วงเงินกู้ โดยปกติธนาคารพาณิชย์จะกำหนดวงเงินกู้ ไม่เกินร้อยละ 75-90 ของราคาประเมินหลักประกัน

6. เงื่อนไขและวิธีการผ่อนชำระเงินกู้ มักมีระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน ภายใน 20-30 ปี โดยผ่อนชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นรายเดือน จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระนั้นไม่เกินร้อยละ 40 ของรายได้แต่ละเดือนของผู้กู้ หรือไม่เกินร้อยละ 80 ของรายได้สุทธิของผู้กู้ในแต่ละเดือน แต่สำหรับอัตราดอกเบี้ยของแต่เดือนจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน และอัตราดอกเบี้ย ตามรายละเอียดการผ่อน

การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดแต่ละขนาด สามารถสรุปได้ดังนี้

2. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่

ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย	ธนาคารขนาดใหญ่	ธนาคารขนาดกลาง	ธนาคารขนาดเล็ก
1. เพศ	ชาย (52.3%)	ชาย (50.0%) หญิง (50.0%)	ชาย (51.0%)
2. สถานภาพ	สมรส (56.3%)	สมรส (55.0%)	โสด (55.0%)
3. อายุ	31 – 40 ปี (44.5%)	41-50 ปี (35.0 %)	31-40 (36.0%)
4. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี (78.1%)	ปริญญาตรี (71.0%)	ปริญญาตรี (65.0%)
5. อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานธนาคาร (61.7%)	พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานธนาคาร (59.0%)	พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานธนาคาร (67.0%)
6. ระดับรายได้ของผู้บริโภคต่อเดือน	30,001 –40,000 บ. (28.1%)	30,001 –40,000 บ. (30.0%)	20,001– 30,000 บ. (34.0%)
7. ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	30,001–50,000 บ. (18.0%)	30,001 – 50,000บ. (20.0%)	30,001 – 50,000บ. (35.0%)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

จากตาราง พบว่าผู้บริโภคนเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยผู้บริโภคนเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่และขนาดกลางจะเป็นคนที่สมรสแล้ว ส่วนธนาคารขนาดเล็กจะเป็นคนโสดซึ่งเป็นไปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีครอบครัวแล้วจะมีการวางแผนซื้อบ้านเป็นของตนเองมากกว่าผู้บริโภคที่เป็นคนโสด ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี จะใช้บริการในธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดเล็กต่างจากธนาคารขนาดกลางที่ผู้บริโภคนมีอายุในช่วง 41-50 ปี สังเกตได้ว่าไม่ว่าจะเป็นธนาคารขนาดใด อายุของผู้บริโภคที่ใช้บริการจะอยู่ในช่วง 31-50 ปี และผู้บริโภคนเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยทุกขนาด ส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานธนาคาร ระดับรายได้ของผู้บริโภคต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาท ซึ่งมีเพียงธนาคารขนาดเล็กเท่านั้นที่มีระดับรายได้ของผู้บริโภคต่อเดือนต่างออกไป คืออยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท แต่ระดับรายได้ของครอบครัวไม่แตกต่างกัน โดยจะอยู่ในช่วง 30,001 – 50,000 บาท

จากการศึกษาจะเห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคนเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่และกลางจะมีลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคคล้ายกัน คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่สมรส ระดับการศึกษาปริญญา มีระดับรายได้ของผู้บริโภคและระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ซึ่งต่างจากธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดเล็ก ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นคนโสดระดับรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ซึ่งต่ำกว่าขนาดใหญ่และกลาง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคนของธนาคารขนาดเล็กมีความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคนธนาคารขนาดใหญ่และกลาง

3. การเปรียบเทียบลักษณะสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคนเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กต้องการ

ลักษณะสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคนต้องการ	ธนาคารขนาดใหญ่	ธนาคารขนาดกลาง	ธนาคารขนาดเล็ก
1. วงเงินกู้ต่อราคาประเมินหลักประกัน	100% (50.8%)	90% (45.0%)	100% (61.0%)
2. ระยะเวลา	25 ปี (39.8%)	30 ปี (29.0%)	30 ปี (40.0%)
3. อัตราดอกเบี้ย	อัตราดอกเบี้ยคงที่ (54.7%)	อัตราดอกเบี้ยคงที่ (58.0%)	อัตราดอกเบี้ยลอยตัว (55.0%)
4. อัตราการผ่อนชำระต่อเดือน	30% ของรายได้ต่อเดือน (66.4%)	30% ของรายได้ต่อเดือน (66.0%)	30% ของรายได้ต่อเดือน (83.0%)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคนเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดมีความต้องการวงเงินกู้ต่อราคาประเมินหลักประกันต่างกัน โดยธนาคารขนาดใหญ่และขนาดเล็กต้องการวงเงินกู้ต่อราคาประเมินหลักประกันเหมือนกัน คือ วงเงินกู้คิดเป็น 100% ของราคาประเมินหลักประกัน ซึ่งต่างจากธนาคารขนาดกลางที่ต้องการวงเงินกู้คิดเป็น 90% ของราคาประเมินหลักประกัน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคนต้องการวงเงินกู้ไม่ต่ำกว่า 90% ของราคาประเมินหลักประกัน อาจเนื่องจากผู้บริโภคนส่วนใหญ่มีเงินออมไม่มากนักจึงต้องการ การสนับสนุนสินเชื่อจากธนาคาร โดยมีวงเงินกู้ต่อราคาประเมินหลักประกันค่อนข้างสูง

ในส่วนระยะเวลาที่ผู้บริโภคนส่วนใหญ่ต้องการคือไม่ต่ำกว่า 25 ปี โดยผู้บริโภคนที่ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กมีความต้องการเหมือนกันคือ 25 ปี ส่วนธนาคารขนาดใหญ่ ผู้บริโภคนมีความต้องการระยะเวลาเงินกู้ที่ยาวนานกว่านั้น คือ 30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การให้สินเชื่อในปัจจุบันที่สามารถให้กู้ได้สูงสุดไม่เกิน 30 ปี

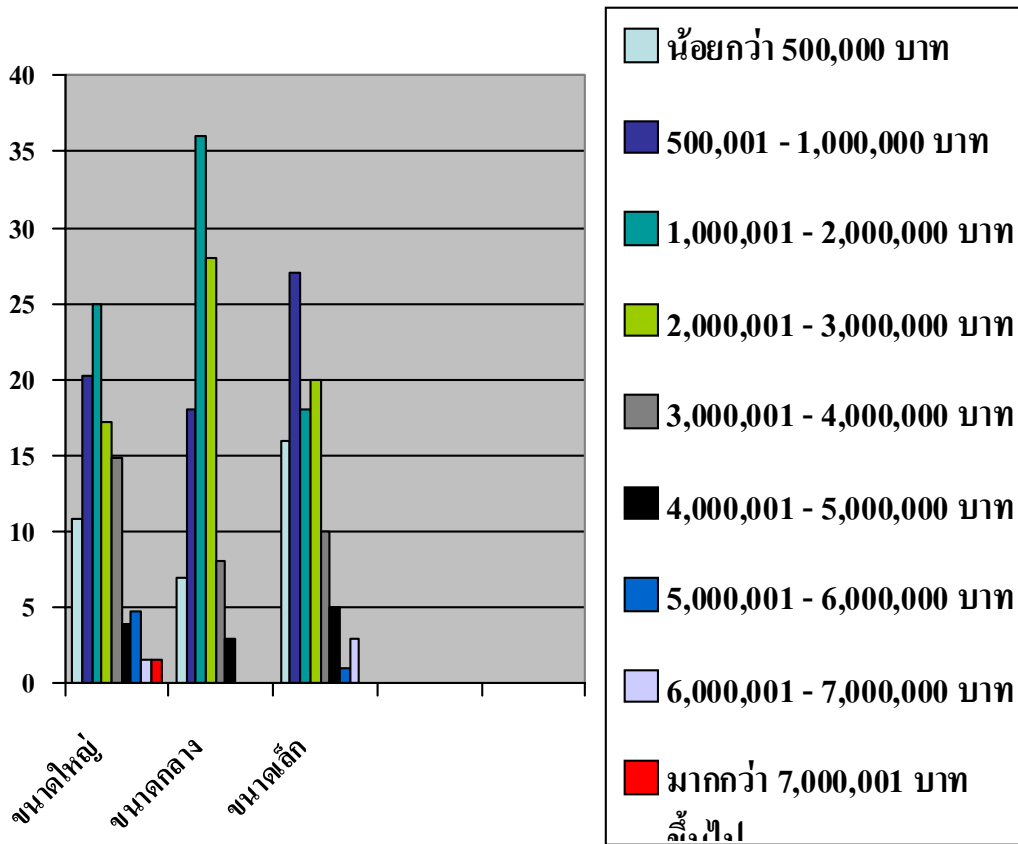
ผู้บริโภครต้องการอัตราดอกเบี้ยคงที่เช่นเดียวกับธนาคารขนาดกลาง แต่ต่างจากธนาคารขนาดเล็กที่ต้องการอัตราดอกเบี้ยลอยตัว อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่คาดการณ์ว่าอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารจะลดลงมากกว่าอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ระยะเวลา 1 ปี หรือ 3 ปี ขึ้นอยู่กับแต่ละธนาคาร ประกอบกับการใช้อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่มีข้อจำกัดหลายประการ เช่น หากใช้แล้วถ้าต้องการปิดบัญชีเงินกู้ก่อน 3 ปีแรกจะต้องเสียค่าธรรมเนียมร้อยละ 2 ของวงเงินกู้ที่เหลืออยู่

ผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดมีความต้องการอัตราการผ่อนชำระต่อเดือนไม่ต่างกัน คือ คิดเป็น 30% ของรายได้ต่อเดือน แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจมีรายจ่ายอื่นๆ จึงต้องการยอดผ่อนชำระที่ไม่สูงมากนัก ซึ่งอัตราการผ่อนชำระคิดเป็น 30% ของรายได้ต่อเดือน เป็นอัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำที่ธนาคารนำมาคำนวณในการอนุมัติสินเชื่อว่าผู้บริโภครมีรายได้เพียงพอต่อการผ่อนชำระหนี้หรือไม่

จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่กลุ่มผู้บริโภครธนาคารขนาดเล็กมีความต้องการวงเงินกู้ต่อราคาประเมินหลักประกัน 100% ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าธนาคารขนาดใหญ่ (61.0% > 50.8%) และต้องการอัตราการผ่อนชำระต่อเดือน 30% ของรายได้ต่อเดือน สูงถึง 83.0% แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดเล็กต้องแบกรับ จากการผิดนัดชำระหนี้ของผู้บริโภค เนื่องจากมีวงเงินกู้เต็ม 100% และ ยอดผ่อนชำระที่ค่อนข้างต่ำ

4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ขนาดกลางและขนาดเล็ก

รูปกราฟแสดงวงเงินสินเชื่อที่ขอกู้



การเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทย

พฤติกรรมของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย	ธนาคารขนาดใหญ่	ธนาคารขนาดกลาง	ธนาคารขนาดเล็ก
1. ประเภทของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ใช้บริการ	ซื้อบ้านใหม่ ชื้อต่อ (67.2%)	ซื้อบ้านใหม่ ชื้อต่อ (68.0%)	ซื้อบ้านใหม่ ชื้อต่อ (68.0%)
2. วงเงินสินเชื่อที่ขอกู้	1,000,001 – 2,000,000 บ. (25.0%)	1,000,001 – 2,000,000 บ. (36.0%)	500,001 – 1,000,000 บ. (27.0%)
3. วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	1,000,001 – 2,000,000 บาท (27.3%)	1,000,001 – 2,000,000 บ. (32.0%)	500,001 – 1,000,000 บ. (30.0%)
4. จำนวนผู้กู้ร่วม	ไม่มี (52.3%)	ไม่มี (52.0%)	1 คน (44.0%)
5. ประเภทของหลักประกัน	บ้านเดี่ยว (32.0%)	ทาวน์เฮ้าส์ (29.0%)	ทาวน์เฮ้าส์(31.0%)
6. การศึกษาข้อมูลก่อนใช้บริการ	ศึกษา (78.1%)	ศึกษา (73.0%)	ศึกษา (87.0%)
7. แหล่งที่ได้รับข้อมูล	พนักงานธนาคาร (71.9%)	พนักงานธนาคาร (66.0%)	มีผู้แนะนำมาใช้บริการ (เพื่อน ญาติ คนรู้จัก เจ้าหน้าที่โครงการ) (65.0%)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

จากตารางแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดมีลักษณะไม่แตกต่างในเรื่อง ประเภทของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ใช้บริการ คือ มีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านใหม่ ชื้อต่อ โดยในธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดกลางมีวงเงินสินเชื่อที่ขอกู้อยู่ในช่วงเดียวกันคือ 1,000,001 – 2,000,000 บาท และได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อในช่วงดังกล่าวด้วย แต่ธนาคารขนาดเล็กมีวงเงินสินเชื่อที่ขอกู้และได้รับอนุมัติอยู่ในช่วง 500,001 – 1,000,000 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความต้องการวงเงินสินเชื่อเท่ากับวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารสามารถให้ก็ได้ อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคได้มีการศึกษาหลักเกณฑ์การพิจารณาให้สินเชื่อของธนาคารมาก่อนจึงพอทราบว่า วงเงินสินเชื่อที่จะได้รับอยู่ในช่วงใด และขอสินเชื่อตามวงเงินที่ธนาคารสามารถให้ได้ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาดังกล่าวในเรื่องของการศึกษาข้อมูลก่อนใช้บริการที่ผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยทุกขนาด มีการศึกษาข้อมูลก่อนใช้บริการ แต่ต่างตรงที่ธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดกลางมักจะได้รับข้อมูลจากพนักงานธนาคาร แต่ธนาคารขนาดเล็กได้รับข้อมูลจาก เพื่อน ญาติ คนรู้จัก และเจ้าหน้าที่โครงการ แนะนำมาให้ใช้บริการ และในธนาคารขนาดเล็กจะมีจำนวนผู้กู้ร่วม 1 คน ซึ่งต่างจากธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดกลางที่มักจะไม่ค่อยมีผู้กู้ร่วม แต่สอดคล้องกับธนาคารขนาดกลางในเรื่องของประเภทของหลักประกันคือ ทาวน์เฮ้าส์ ในขณะที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการธนาคารขนาดใหญ่ จะขอสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยวมากกว่า เป็นที่สังเกตได้ว่า ในธนาคารขนาดเล็กส่วนใหญ่จะมีผู้กู้ร่วมอย่างน้อย 1 คน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ารายได้ส่วนตัวของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารขนาดเล็กมีรายได้ต่ำกว่าผู้บริโภคสินเชื่อธนาคารขนาดใหญ่และกลาง ทำให้จำเป็นต้องหาผู้กู้ร่วมเพิ่ม ซึ่งเมื่อพิจารณาจากตารางลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเห็นว่ารายได้ส่วนตัวของผู้บริโภคของธนาคารขนาดกลางอยู่ในช่วง 30,001 – 50,000 บ. ซึ่งต่ำกว่าธนาคารขนาดเล็กและขนาดกลาง

จะเห็นว่ารายได้ของผู้บริโภคธนาคารขนาดเล็กจะต่ำกว่าธนาคารขนาดใหญ่และขนาดกลาง การขอสินเชื่อส่วนใหญ่จึงต้องมีผู้กู้ร่วม แสดงให้เห็นว่าธนาคารขนาดเล็กมีความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้ามากกว่าธนาคารขนาดใหญ่และขนาดกลางที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้สูงกว่า

5. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด สูงสุด 5 อันดับแรก

ธนาคารขนาดใหญ่	ธนาคารขนาดกลาง	ธนาคารขนาดเล็ก
1. อัตราดอกเบี้ย (4.21)	1. อัตราดอกเบี้ย (3.99)	1. วงเงินกู้ที่ได้รับ (4.23)
2. วงเงินกู้ที่ได้รับ (4.09)	2. วงเงินกู้ที่ได้รับ (3.97)	2. อัตราดอกเบี้ย (4.16)
3. ธนาคารมีสาขามาก (4.02)	3. ระยะเวลากู้ (3.91)	3. อัตราการผ่อนต่อเดือน (4.08)
4. ความประทับใจในการให้บริการ (4.00)	4. อัตราการผ่อนต่อเดือน (3.82)	4. ระยะเวลากู้ (4.06)
5. ความรวดเร็วในการอนุมัติ (3.93)	5. ความรวดเร็วในการอนุมัติ (3.81)	5. การรู้จักกับพนักงาน (4.00)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 (1 หมายถึงน้อยที่สุด และ 5 หมายถึงมากที่สุด)

จากตารางสรุปได้ว่า ปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยทุกขนาด แต่ต่างกันตรงที่ปัจจัยนี้จะมีอิทธิพลมากที่สุดในธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดกลาง ส่วนธนาคารขนาดเล็กปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยเป็นอันดับรองลงมา ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อผู้บริโภคสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดเล็ก คือ ปัจจัยด้านวงเงินกู้ที่ได้รับ แต่ปัจจัยดังกล่าวนี้มีอิทธิพลเป็นอันดับรองลงมาจากปัจจัยอัตราดอกเบี้ยของผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยที่สำคัญอันดับที่สามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารไทยแต่ละขนาดมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ธนาคารขนาดใหญ่เห็นว่าปัจจัยในด้านธนาคารมีสาขามาก มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเป็นอันดับสาม ในขณะที่ธนาคารขนาดกลางเห็นว่าปัจจัยเรื่องระยะเวลากู้ มีความสำคัญเป็นอันดับสาม โดยที่ปัจจัยด้านอัตราการผ่อนชำระต่อเดือนมีอิทธิพลเป็นอันดับสามในธนาคารขนาดเล็ก

จากผลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่และขนาดกลางจะมีอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารขนาดเล็ก จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากที่สุด ส่วนในธนาคารขนาดเล็กไม่สามารถแข่งขันในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยได้ จึงเน้นในเรื่องของ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ซึ่งส่วนใหญ่ธนาคารขนาดเล็กมักจะให้วงเงินสินเชื่อเต็ม 100% ของราคาประเมินหลักประกัน ดังนั้นปัจจัยด้านวงเงินกู้ที่ได้รับจึงมีอิทธิพลมากในกลุ่มผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารขนาดเล็ก

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาด พบว่าธนาคารทุกขนาดต่างมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การทำให้ได้รับผลกำไรสูงสุด ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และความเสี่ยงภัยที่ธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดยอมรับได้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่กำหนดอัตราดอกเบี้ยต่ำ ความเสี่ยงที่ต่ำกว่าด้วย แต่ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดเล็กมีอัตราดอกเบี้ยสูง และส่วนใหญ่ให้วงเงินสินเชื่อเต็ม 100% ของราคาประเมินหลักประกัน จึงต้องแบกรับความเสี่ยงมากกว่าธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ แต่ได้ผลตอบแทนในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่มากกว่า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทย แต่ละขนาด

ข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดเพื่อนำไปเป็นข้อพิจารณาในการปรับปรุงบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด มีดังนี้คือ

1. จากการสรุปผลการศึกษารายว่า ลักษณะสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการ คือ ต้องการวงเงินสินเชื่อคิดเป็นร้อยละ 100 ของราคาประเมินหลักประกัน และระยะเวลาผ่อนชำระประมาณ 30 ปี โดยผู้บริโภคต้องการจะผ่อนชำระเงินกู้งวดละประมาณ ร้อยละ 30 ของรายได้ต่อเดือนและต้องการให้อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นแบบอัตราดอกเบี้ยคงที่มากกว่าอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ซึ่งบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารบางแห่งในปัจจุบันได้ขยายวงเงินสินเชื่อให้ถึงร้อยละ 100 ของราคาประเมินหลักประกันและขยายระยะเวลาให้ถึง 30 ปี ส่วนการผ่อนชำระต่อเดือนนั้นส่วนใหญ่จะกำหนดว่าผู้กู้จะต้องมีรายได้ประจำต่อเดือนสูงกว่าอัตราผ่อนชำระประมาณ 3 เท่า ส่วนการคิดอัตราดอกเบี้ยนั้นธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะให้ผู้บริโภคเป็นคนเลือกให้อัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว หรือแบบคงที่ด้วยตัวเอง แต่โดยปกติถ้าเป็นอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่จะกำหนดว่าคงที่ไม่เกิน 3 ปี หลังจากนั้นจะเป็นอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ดังนั้นข้อมูลที่ได้ศึกษามาจึงเป็นประโยชน์ต่อธนาคารเพื่อที่จะได้กำหนดเงื่อนไขหรือหลักเกณฑ์ในการให้สินเชื่อได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจมาใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดนั้น จะทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่สถาบันการเงินและโดยส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลจากพนักงานธนาคารมากที่สุด รองลงมาเป็นการได้รับข้อมูลจากเพื่อน คนรู้จัก ญาติ ดังนั้นธนาคารควรให้ความสนใจกับสื่อทั้งสองประเภทเป็นอย่างมากโดยการอบรมให้พนักงานของธนาคารมีความรอบรู้ในบริการเพื่อสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งอบรมเทคนิคในการรับลูกค้าเพื่อให้เกิดความเป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรให้กับลูกค้าของธนาคารทุกระดับ โดยให้บริการกับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาติดต่อขอใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยหรือบริการประเภทอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าคนปัจจุบันเกิดความประทับใจและแนะนำลูกค้าคนต่อไปมาใช้บริการ

3. ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดนั้นมีทัศนคติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยดังนี้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด รองลงไปเป็น วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติธนาคารมีสาขามาก ระยะเวลากู้ อัตราการผ่อนต่อเดือน ดังนั้นธนาคารจึงควรกำหนดอัตราดอกเบี้ย วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลากู้ อัตราการผ่อนต่อเดือน ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จากที่ได้ทำการศึกษามา ผู้บริโภคสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่จะมีความต้องการให้ธนาคารกำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่มากกว่าอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว โดยมีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติคิดเป็น 100 % ต่อราคาประเมินหลักประกัน มีระยะเวลาผ่อนชำระถึง 30 ปี และอัตราการผ่อนชำระต่อเดือนคิดเป็น 30% ของรายได้ต่อเดือน รวมทั้งธนาคารควรเพิ่มสาขาให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดความสะดวกในการชำระหนี้

4. จากการศึกษพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์ไทยแต่ละขนาดนั้น จะทราบความต้องการของตัวเองและเลือกขอสินเชื่อกับธนาคารที่สามารถรับความเสี่ยงของตนได้ ซึ่งตรงกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยึดหลักว่า การซื้อของผู้บริโภคเป็นผลลัพธ์ของความมีเหตุมีผล โดยผู้บริโภคจะทำการคำนวณอย่างรอบคอบถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจในการเลือกซื้อสินค้าชนิดหนึ่งๆ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นธนาคารควรจะต้องวิเคราะห์ผู้บริโภคอย่างรอบคอบ เพื่อหลีกเลี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น โดยต้องศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับรายได้ทางการเงินของผู้กู้ วัตถุประสงค์ ตลอดจนความสามารถใน

การชำระหนี้ เพื่อให้เงินที่ธนาคารให้สินเชื่อไปนั้น สามารถก่อให้เกิดรายได้และใช้คืนธนาคารได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในการดำเนินกิจการของธนาคารพาณิชย์ไทยนั้น ธนาคารมีวัตถุประสงค์หลายประการ เช่น ต้องการแสวงหากำไร ขณะเดียวกันธนาคารก็ต้องการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมด้วย โดยการสนับสนุนให้ผู้มีรายได้น้อยมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง แต่การให้กู้ของธนาคารนั้น ธนาคารพิจารณาถึงรายได้ของผู้กู้เป็นสำคัญ ถ้ารายได้สูงก็สามารถกู้ได้มากถึงแม้ราคาบ้านจะแพงถ้าราคาบ้านแพงแต่รายได้ต่ำก็กู้ได้น้อยลงไม่เพียงพอที่จะซื้อบ้าน ฉะนั้นทำให้ผู้มีรายได้น้อยไม่มีโอกาสมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

ดังนั้นรัฐบาลโดยความร่วมมือของธนาคารแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้องจึงควรเข้ามา มีบทบาทกำกับดูแลหรือกำหนดนโยบายสำหรับสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยให้ชัดเจน เพื่อให้ธนาคารและสถาบันการเงินอื่นๆ สามารถให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

จากการศึกษาในครั้งนี้ จึงมีแนวทางเสนอเพื่อการพัฒนากระบวนการเงินเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสามารถมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองได้ ดังนี้

1. ผ่อนปรนเงื่อนไขในการให้กู้ยืมสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยแก่ผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง เพื่อลดภาระดอกเบี้ยของผู้กู้และเพิ่มจำนวนผู้มีความสามารถในการจัดหาที่อยู่อาศัยให้ตนเองให้สูงขึ้น เช่น ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ให้ต่ำกว่าอัตราเรียกเก็บจากรธุรกิจทั่วไป ลดภาระในการผ่อนชำระเงินกู้ในช่วง 5 ปี
2. เพื่อให้ประชาชนมีเงินดาวน์ได้เร็วขึ้น รัฐบาลควรแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และกฎหมายบำนาญ บำนาญ เพื่อให้ลูกจ้าง พนักงานและข้าราชการสามารถถอนเงินสะสมบางส่วนล่วงหน้ามาใช้เป็นเงินดาวน์บ้านได้
3. ปรับปรุงระบบการอำนวยความสะดวกของสถาบันการเงิน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและเอื้ออำนวยให้ประชาชนโดยรวม ผู้มีรายได้น้อยที่มีการจ้างงานอย่างไม่เป็นทางการ และผู้มีรายได้น้อยไม่แน่นอน เช่น พ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบอาชีพอิสระและผู้ขายบริการต่างๆ สามารถใช้บริการจากสถาบัน การเงินได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้โดยต้องมีการปรับปรุงระบบเอกสารต่างๆ ในการอำนวยความสะดวก ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้กู้ เช่น ในรูปแบบ สหกรณ์ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดสินเชื่อเป็น Package และมีหลักประกันดีขึ้น
4. พยายามส่งเสริมและลดต้นทุนสำหรับการก่อสร้างที่อยู่อาศัยให้แก่ผู้ลงทุนสร้างบ้านเพื่อขาย เพื่อสนับสนุนให้ผู้ที่ต้องการมีบ้านซื้อบ้านได้ในราคาที่ถูกลงกว่าปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา กำลังคน และค่าใช้จ่าย ทำให้ต้องระบุสถานที่ที่เป็นเฉพาะสำนักงานใหญ่และจำนวนตัวอย่างมีเพียง 328 ตัวอย่างเท่านั้น ซึ่งอาจเป็นผลให้การประมาณค่าทางสถิติเกิดความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นหากมีผู้สนใจจะทำการศึกษาคควรใช้จำนวนตัวอย่างที่มากขึ้นและกระจายสถานที่ตามสาขาหลักๆของธนาคารเพื่อทำให้การประมาณค่ามีความแม่นยำและเกิดความคลาดเคลื่อนน้อยลง
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบกัน เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์ต่างๆ

บรรณานุกรม

- กฤติยา ตติรังสรรค์สุข. 2541. **เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540. **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อตัดสินใจ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทร์เพ็ญ เพชรมาลัยกุล. 2541. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สินเชื่อเคหะ**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธีรภัทร์ โกยสุขโข. 2537. **พฤติกรรมการใช้บริการแฟคตอริงในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปนัดดา เสียงดัง. 2549. **พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : ศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดารณี พุทธิบุญลย์. 2531. **การจัดการสินเชื่อ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัทประชาชน จำกัด.
- เรวัตร ธรรมมาภิรมย์. 2543. **เศรษฐมิติ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริพร ลำดับพงศ์. 2540. **ผลงานนำเสนอเพื่อประเมินเลื่อนตำแหน่งเป็นพนักงานอำนวยการระดับ 6**. กรุงเทพมหานคร.(อัดสำเนา)
- ศุภร เสรีรัตน์. 2537. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. **ตลาดที่อยู่อาศัยครึ่งหลังปี 2551 : หลากปัจจัยลบ...กระทบการฟื้นตัว**. กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2084 กรกฎาคม 2551.
- สุขใจ น้ำมุด. 2539. **กลยุทธ์การบริหารเงินบุคคล**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- สุชาติ ลัทธรักษา. 2539. **อิทธิพลทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้ออาคารชุดเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี 2533-2536**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อัชรี มีศิริ. 2545. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสินสังกัดภาค 4**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.