

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อกองทุนไทยธนวัฏ ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 18) ได้อธิบายถึง ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า หมายถึงกระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ดารา ทีปะปาล (2546, หน้า 4) ได้อธิบายถึง ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า หมายถึงการกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้ สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

Solomon (1996, p. 7) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การศึกษากระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกซื้อ การใช้ หรือบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับรับความพอใจ

Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2541, หน้า 192) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมซึ่งบริโภค ทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ และการประเมินผลในสินค้าหรือการบริการ ซึ่งคาดว่าสามารถตอบสนองความต้องการของ



เขาพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้านั้น นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (marketing concept) คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

ด้วยเหตุนี้เราจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ เนื่องจากกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดของธนาคารด้านสินเชื่อส่วนบุคคล มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้น ธนาคารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเหล่านั้น และการทำความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างถูกต้องจะทำให้การวางแผนทางการตลาดเป็นไปอย่างถูกต้องทิศทาง ประกอบกับในสภาวะการแข่งขันที่สถาบันการเงินที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้ตลาดกลับกลายเป็นตลาดของผู้บริโภคที่มีสิทธิ์ในการเลือกบริโภคสินค้ามากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงกลายเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้บริหาร เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

โดยธรรมชาติของมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุจะต้องทำให้เกิดพฤติกรรมสม่าเสมอ มูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้น เร่งเร้าจิตใจทำให้เกิดความต้องการ และจากการต้องการส่งผลให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะขั้นตอนหรือกระบวนการเรียกว่า กระบวนการของพฤติกรรม (process of behavior) ซึ่งมีลักษณะคล้ายกัน 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (behavior is caused) หมายถึง การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งซึ่งเป็นสาเหตุ คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	
ห้องสมุดงานวิจัย	
วันที่.....	12 มี.ค. 2556
เลขทะเบียน.....	209193
เลขเรียกหนังสือ.....	

2. พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจหรือกระตุ้น (behavior is motivated) นั่นคือ เมื่อคนมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว ความปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้น จะกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นนั้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (behavior is goal-directed) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจาก จุดมุ่งหมายไว้ทิศทาง ตรงกันข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ แห่งความต้องการของตน

ในการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อ บุคคลเป็นนักศึกษาด้านอุปสงค์ ผู้ศึกษาจึงอาศัยทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จุลภาคเพื่อใช้ในการวิเคราะห์

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2548ข, หน้า 35) ได้กล่าวถึงอุปสงค์ (demand) ว่า มีความหมายในเศรษฐศาสตร์คือ ความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งหมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าและบริการชนิดนั้น โดยผู้บริโภคจะต้องมี ทั้งความต้องการและอำนาจซื้อ

กรณีอุปสงค์สินเชื่อบุคคลก็เช่นเดียวกันกับอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการอื่นคือ จะต้องมีความต้องการและมีอำนาจซื้อ เมื่อครบสององค์ประกอบจึงเรียกว่า มีอุปสงค์ ดังนี้

1. มีความต้องการสินเชื่อบุคคล เพื่อนำเงินไปใช้วัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อนำไปซื้อที่อยู่อาศัย นำไปใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน นำเงินไปลงทุน นำเงินไปใช้หนี้
2. จะต้องมีความสามารถที่จะเป็นลูกค้าสินเชื่อบุคคล คือ จะต้องมีความสามารถที่จะชำระเงินกู้และมีความเต็มใจในการขอกู้สินเชื่อ โดยสถาบันการเงินให้สิทธิกับลูกค้าที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ สามารถใช้สิทธิได้

ทฤษฎีอุปสงค์ (Keynes อ้างถึงใน วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2548ข, หน้า 180) สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาถึงลักษณะตลาดสินเชื่อประเภทใหม่ และ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคได้ โดยปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้จะเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินเชื่อ คือ อัตราดอกเบี้ย วงเงินกู้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน โดยที่

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นภาระการใช้จ่ายของผู้กู้ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล

วงเงินกู้ เป็นปัจจัยที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล เนื่องจากเป็นส่วนเพิ่มกำลังในการใช้จ่ายให้แก่ผู้กู้

ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน เป็นปัจจัยที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล เนื่องจากเป็นภาระผูกพันในการชำระคืนสินเชื่อ ซึ่งผู้กู้จะตัดสินใจได้เร็วถ้าระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนาน

Marshall (อ้างถึงใน วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2548ก, หน้า 89-91) ได้กล่าวถึงทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค แบ่งได้เป็น 2 ส่วนตามวิธีวิเคราะห์ ซึ่งเน้นในเรื่องความมีเหตุผลของมนุษย์ ซึ่งด้านผู้ผลิตต้องการกำไรสูงสุดและผู้บริโภคต้องการความพอใจสูงสุดได้แก่

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์เป็นวิธีวิเคราะห์แบบนับจำนวนได้ (cardinal approach) ซึ่งเป็นวิธีศึกษาที่เกิดขึ้นก่อน

อรรถประโยชน์ (utility) หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการอุปโภคบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในระยะเวลาหนึ่ง อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าจะต้องกำหนดเป็นตัวเลข ซึ่งห่างไกลจากความเป็นจริง

2. เส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณเป็นวิธีการวิเคราะห์แบบนับลำดับที่ (ordinal approach) เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นทีหลัง

เส้นความพอใจเท่ากัน (indifference curve) เป็นเส้นที่แสดงจำนวนต่าง ๆ ของสินค้า 2 ชนิด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจเท่ากัน การวิเคราะห์ตามทฤษฎีนี้ ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับสินค้าแสดงเป็นอันดับคือมากกว่าหรือน้อยกว่า จึงใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่าทฤษฎีอรรถประโยชน์

เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (budget line or price line) หมายถึง เส้นที่แสดงให้เห็นจำนวนต่าง ๆ ของสินค้า 2 ชนิด ซึ่งสามารถซื้อได้ด้วยเงินจำนวนหนึ่งที่กำหนดให้ ณ ราคาตลาดขณะนั้น

ในกรณีของอรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจนี้ก็เช่นกัน มีที่มาจากการได้รับการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ มีจุดเริ่มต้นอยู่ที่การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน (self-interest) ซึ่งเป็นสัญชาตญาณที่จำเป็นของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดเพื่อการรักษาชีวิตให้รอดในสภาพแวดล้อมที่โหดร้าย (hostile environment) หรือสภาวะที่อาจจะไม่เอื้อต่อการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตในโลกทั้งหมดทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องมีการแข่งขันเพื่อให้สามารถมีชีวิตอยู่รอดประกอบกับการสืบทอดเผ่าพันธุ์ของตนเองเอาไว้ การเห็นประโยชน์ส่วนตนจะช่วยส่งเสริมสัญชาตญาณในการมีชีวิตให้อยู่รอด และการสืบทอดเผ่าพันธุ์คงอยู่ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่เลวร้ายแต่อย่างใด ถ้าหากเป็นการตอบสนองความจำเป็นในเบื้องต้นเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ถ้าหากไม่มีการหยุดยั้งแต่เพียงความจำเป็น (need) ความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน (self-interest) อาจเปลี่ยนไปเป็นความต้องการ (want) หรือความปรารถนา (desire) ซึ่งมีเกิดความจำเป็นและกลายเป็นความโลภ (greed) ในที่สุดโดยที่ความโลภนี้เป็นสิ่งที่ได้รับการประณามในทุกศาสนาว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี การประณามความโลภว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดีเป็นข้อเท็จจริงที่สังเกตได้จากพฤติกรรมเชิงประจักษ์ในสังคมมนุษย์ทุกแห่งนั่นเอง จึงได้พัฒนามาเป็นบทบัญญัติของทุกศาสนา ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความเห็นประโยชน์ส่วนตน (self-interest) ดำรงชีวิตของมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก แต่หลังจากนั้นอาจจะเปลี่ยนไปเป็นความต้องการหรือความปรารถนา และเปลี่ยนต่อไปเป็นความโลภได้ในกรณีของมนุษย์ ซึ่งต่างจากสัตว์และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ (อภิชัย พันธเสน, 2547, หน้า 452)

แนวความคิดคุณภาพการให้บริการ (service quality)

คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การให้บริการการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก และจากโฆษณา ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ เมื่อเขามีความต้องการ ณ สถานที่ที่เขาต้องการ ในรูปแบบที่ต้องการนักการตลาดต้องการทำการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์

การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้าทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญ์ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวาณิช, 2543, หน้า 127-128)

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน สถานที่ที่ติดตั้งเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกวิธีการใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยบริการเป็นรูปภาพ แม้ผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้ หรือชายต่างชาติก็สามารถรู้วิธีการใช้ได้
3. ความสามารถ (competence) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่มีข้อผิดพลาด
4. ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีวิจารณ์ญาณ หรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของผู้ใช้บริการและแจ้งให้ทราบโดยชัดเจน
5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรสามารถสร้างความน่าเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การคิดค่าบริการถูกต้อง
6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าว
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understand/known customers) พนักงานหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบ เพื่อพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

แนวคิดการประกันคุณภาพการบริการ

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของธุรกิจก็คือ การทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าพึงพอใจในสินค้า หรือบริการที่ผลิต หรือเป็นตัวแทนจำหน่าย แต่การที่จะทราบว่าลูกค้าพึงพอใจหรือไม่ และพึงพอใจมากน้อยเพียงใดมีความจำเป็นต้องทราบความหมายของความพึงพอใจเสียก่อน ซึ่งความพึงพอใจหมายถึง การที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาหรือทำให้ได้ โดยไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์หรือความถูกต้องเหมาะสมในการให้บริการ (สรชัย พิศาลบุตร, 2550, หน้า 8)

โครงการประกันคุณภาพการบริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นความจริงที่ผู้ให้บริการพึงตระหนักถึง กล่าวคือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ไม่มีวันสิ้นสุด และจะเพิ่มทวีขึ้นตลอดเวลา ท่ามกลางการแข่งขันการให้บริการที่รุนแรงในอุตสาหกรรมเดียวกันด้วยความมุ่งมั่น และการเตรียมพร้อมของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่จะประกาศการประกันคุณภาพไปสู่ภายนอกโดยมีการกำหนด SLA--Service Level Agreement ซึ่งหมายถึง ข้อตกลงเกี่ยวกับการบริการที่ถูกบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างธนาคารกับลูกค้า เพื่อที่จะรับรองว่า การบริการต่าง ๆ ที่ธนาคารได้ระบุว่า จะมีให้กับลูกค้า นั้น ธนาคารจะปฏิบัติให้ได้จริง และลูกค้าก็ต้องรับทราบและยอมรับในการบริการเหล่านั้นที่ชัดเจน เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า (บมจ. ธนาคารกรุงไทย, 2549)

แนวความคิดเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อการบริโภค (consumer credit)

สินเชื่อเพื่อการบริโภคเป็นสินเชื่อระยะสั้นที่ผู้ขายหรือสถาบันการเงินได้ให้เงินกับผู้บริโภค เพื่อใช้ตามจำเป็น หรือใช้หาซื้อสิ่งของตามที่ต้องการได้มากกว่าตามจำนวนเงิน ซึ่งผู้บริโภคมีอยู่ในขณะนั้น คนทั่วไปมักคิดว่า การใช้เครดิตจะมีประโยชน์กับคนที่มีปัญหาเงินขาดมือเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้วการใช้เครดิตยังเป็นการช่วยเสริมสร้างความคล่องตัวทางการเงินของบุคคล เพราะเขาจะมีแหล่งสำรองที่แน่นอน ซึ่งสามารถนำมาใช้ทันทีโดยไม่ต้องรอให้เกิดปัญหาเงินขาดมือเสียก่อน ประโยชน์ของเครดิตมีดังนี้ (สุขใจ น้ำผุด และอนุชนาฏ เจริญจิตรกรรม, 2551, หน้า 81-83)

1. อำนวยความสะดวก (convenience) ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกว่าการซื้อสินค้าและชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตนั้นจะมีความสะดวกสบายและปลอดภัยยิ่งกว่าการชำระด้วยเงินสดหรือเช็ค เพราะไม่ต้องนำเงินสดติดตัวไปเป็นจำนวนมากก็สามารถซื้อหาสินค้าและบริการได้ และวิธีการชำระเงินก็สะดวก เพราะเมื่อครบกำหนดชำระทางร้านค้าก็จะส่งใบทวงหนี้มาเรียกเก็บเงินตามรายการที่ซื้อไว้ และวิธีการชำระเงินตามใบทวงหนี้ที่เรียกเก็บทำให้ทราบกำหนดการชำระ วันชำระที่แน่นอน ยังเป็นความสะดวกในการบริหารการใช้เงินตามงบประมาณของบุคคล

2. เพิ่มขีดความสามารถในการบริโภค (increase total consumption benefits) ดังได้กล่าวมาแล้วว่า การใช้เครดิตจะทำให้บุคคลสามารถบริโภคสินค้าและบริการได้มากกว่าจำนวนเงินที่เขามีอยู่ ดังนั้น ในแต่ละเดือน ถ้าสามารถใช้เครดิตในการบริโภคได้ด้วยแล้ว จะทำให้สามารถซื้อหาสินค้าและบริการมากกว่าเงินเดือนและรายได้ที่หามาได้ ซึ่งเป็นข้อดีอย่างยิ่งสำหรับผู้เริ่มต้นทำงานใหม่ หรือกำลังสร้างครอบครัวใหม่ที่ระยะแรกยังมีรายได้ไม่มากนัก แต่มีความจำเป็นต้องใช้จ่ายมาก ดังนั้น เครดิตจึงนับว่ามีส่วนเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของบุคคล

3. เป็นแหล่งเงินยามฉุกเฉิน (emergency use) การขัดข้องทางการเงินมักเกิดขึ้นได้เสมอกับทุกคน บางครั้งเกิดความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายกะทันหัน เช่น เมื่อเกิดว่างงานหรือเจ็บไข้ได้ป่วยเงินออมที่มีอยู่ไม่พอใช้ แต่ถ้าบุคคลมีเครดิตและเขาได้รับวงเงินสินเชื่อจากธนาคารก็สามารถเบิกเงินกู้มาใช้จ่ายก่อนเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

4. เป็นประโยชน์ในการลงทุน (investment purposes) ในการซื้อหาสิ่งของหรือทรัพย์สินลงทุนบางรายการซึ่งมีมูลค่าสูงและราคาแพงมาก ในกรณีไม่มีเงินสดเพียงพอที่จะซื้อ เช่น บ้านหรือรถยนต์ เป็นต้น แต่ถ้าเปิดโอกาสให้มีการใช้เครดิตจะช่วยให้คนจำนวนมากได้มีโอกาสเป็นเจ้าของทรัพย์สินลงทุนที่มีค่าดังกล่าว นอกจากนั้นในเรื่องการลงทุนซื้อหลักทรัพย์ต่าง ๆ ถ้าผู้ขายยอมให้สินเชื่อซื้อหุ้น (margin transaction) ก็จะส่งเสริมให้ผู้ลงทุนสามารถลงทุนในหลักทรัพย์ได้มากขึ้นด้วย และเป็นการพัฒนาตลาดหุ้นไปในตัว

5. ป้องกันความเสี่ยงจากเงินเฟ้อ (protection against inflation) ในภาวะเงินเฟ้อการใช้เครดิตเป็นสิ่งจำเป็น และมีความเหมาะสมอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยป้องกันความเสี่ยง

ที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะเงินเฟ้อได้ เนื่องจากในภาวะเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นเรื่อย ๆ ถ้าเราจะเก็บออมเงินสดไว้เพื่อซื้อสินค้าบางครั้งทำไม่ได้เพราะเงินที่สะสมไว้เพิ่มไม่ทันกับราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ถ้ามีการซื้อโดยอาศัยเครดิตจะทำให้ผู้บริโภคได้สินค้ามาใช้ทันทีในขณะที่ราคายังถูกอยู่ ซึ่งเมื่อเป็นเช่นนี้ผู้ใช้เครดิตจะได้ประโยชน์มาก

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่ออัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมก็มักจะสูงขึ้นตาม ดังนั้น การใช้เครดิตในภาวะเงินเฟ้อจึงควรระวังและใช้ให้เหมาะสม โดยต้องเปรียบเทียบกับต้นทุนของเงินกู้ด้วย

ข้อเสียของการใช้เครดิต มีดังนี้

1. การใช้จ่ายเกินตัว (overspending) การใช้เครดิตช่วยเสริมให้บุคคลมีความสะดวกสบายและคล่องตัวในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ดังนั้น จึงเกิดปัญหาการใช้เงินเกินตัวอยู่เสมอ เพราะสินเชื่อกำหนดให้ซื้อโดยไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้าไว้ก่อน จึงมักทำให้เกิดปัญหาการเงิน ยิ่งในปัจจุบันการใช้บัตรเครดิตทำได้ง่ายและสะดวกสบาย ก็ยังมีการใช้จ่ายเงินเกินตัวภายหลัง อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันปัญหาการใช้เงินเกินตัวนี้ทางที่ดีผู้บริโภคควรต้องมีการวางแผนทำงบประมาณไว้ล่วงหน้า และควบคุมการใช้จ่ายให้อยู่ในขอบเขตของงบประมาณที่วางไว้เท่านั้น

2. ทำให้เกิดเงินเฟ้อ (contributory to inflation) การส่งเสริมระบบสินเชื่อมาก ๆ จะก่อให้เกิดปัญหาเงินเฟ้อมากขึ้น เพราะถ้าคนส่วนใหญ่ในสังคมหันมาใช้เครดิตกันมากแล้ว ก็จะก่อให้เกิดภาวะที่เรียกว่า Demand มีมากกว่า Supply คือ ความต้องการซื้อสินค้าและบริการมีมากกว่าสินค้าและบริการที่ผลิตได้ ดังนั้น ยิ่งผลักดันให้ราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นไปอีก อันจะนำความเสียหายมาสู่เศรษฐกิจโดยรวม

3. ต้นทุนสูง (high cost) ต้นทุนของการใช้สินเชื่อค่อนข้างสูง เพราะนอกจากดอกเบี้ยที่จ่ายแล้วยังมีค่าธรรมเนียม ค่าสมาชิกและค่าใช้จ่ายอื่นด้วย ซึ่งเมื่อคำนวณออกมาเป็นต้นทุนแท้จริงแล้วจะสูงมาก

แนวคิดการให้สินเชื่อส่วนบุคคล

แนวคิดหรือเงื่อนไขการปล่อยสินเชื่อส่วนบุคคล (เงินกู้ที่ไม่มีหลักประกันหรือ unsecured loan) มีความแตกต่างกันไปในแต่ละสถาบันการเงินขึ้นอยู่กับนโยบาย และ ประสิทธิภาพด้านสินเชื่อของสถาบันการเงินแต่ละแห่ง อย่างไรก็ตามปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อควบคุมธุรกิจสินเชื่อบุคคล ซึ่งสามารถสรุปและกำหนดเป็นแนวทางทั่วไปของการดำเนินงานได้ ดังนี้ (Brunsen อ้างถึงใน โชติชัย สุวรรณภรณ์, 2548, หน้า 9-14)

1. การกำหนดวงเงินให้กู้สูงสุด (loan amount) สถาบันการเงินส่วนใหญ่จะ กำหนดวงเงินให้กู้ยืมสูงสุด คิดเป็นอัตราส่วนกับรายได้ของผู้กู้ยืม ปัจจุบันทุกสถาบันการเงินจะต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 โดยกำหนดเพดานวงเงินกู้สูงสุดไว้ที่ 5 เท่าของรายได้หรือของ กระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝากกับสถาบันการเงินเฉลี่ยต่อเดือนเป็นระยะเวลา ไม่ต่ำกว่า 6 เดือน แนวคิดนี้ได้มาจากการที่ภาครัฐต้องการให้ความควบคุมการก่อหนี้ ภาคครัวเรือนของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดความเสี่ยงของระบบ โดยรวมลงอย่างแท้จริง โดยกลไกที่จะทำงานให้ได้ผลก็คือ การกำหนดวงเงินกู้ต่อกัน (borrower based) โดยผู้กู้ยืมหนึ่งรายสามารถขอรับสินเชื่อได้ไม่เกินวงเงินที่เป็นจำนวน เท่าของรายได้ (อาจสูงกว่า 5 เท่าของรายได้) ของสถาบันการเงินรวมกัน ไม่ใช่วงเงิน สูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้ของผู้กู้ยืมที่มีกับสถาบันการเงินแต่ละรายซึ่งจะทำให้เกิด การขอสินเชื่อจากหลายสถาบันการเงินในเวลาเดียวกันได้ และอาจเป็นต้นเหตุของ การก่อหนี้เกินตัวได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีศูนย์กลางข้อมูลเครดิตกลางทำหน้าที่กำหนดให้มี การแจ้งข้อมูลด้านภาระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อแต่ละรายแก่สมาชิกของศูนย์กลางข้อมูลเครดิต กลางซึ่งเป็นสถาบันการเงินเพื่อเป็นข้อมูลในการอนุมัติสินเชื่อของลูกค้าแต่ละรายและ ต้องมีการปรับปรุงข้อมูลอยู่ตลอดเวลา พร้อมให้สมาชิกสามารถเข้าไปขอข้อมูลของ ลูกค้าแต่ละรายได้ทันที

2. การกำหนดรายได้ขั้นต่ำ ปัจจุบันสถาบันการเงินแต่ละแห่งได้กำหนดรายได้ ขั้นต่ำของผู้กู้ เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติไม่เหมือนกัน บางที่อาจกำหนดรายได้ขั้นต่ำ 6,000 บาท หรือ 7,000 บาท หรือ 10,000 บาท ก็ย่อมทำได้ เพราะไม่มีกฎเกณฑ์ของ

ภาคีรัฐควบคุม การที่ธนาคารแห่งประเทศไทยไม่ได้กำหนดรายได้ขั้นต่ำแต่ออกประกาศเรื่องการกำหนดวงเงินกู้สูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้ นั่นเป็นแนวคิดที่ต้องการให้ผู้ที่มีรายได้น้อยนั้นสามารถเข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้ และป้องกันไม่ให้ไหลเข้าสู่แหล่งเงินกู้นอกระบบซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายกระทบต่อภาคเศรษฐกิจโดยรวมได้

3. การกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ย แนวคิดนี้ทางราชการได้พุ่งเป้าไปที่กลุ่มสถาบันการเงินประเภท Non-bank เป็นการเฉพาะ โดยเหตุผลประการสำคัญก็คือ ความต้องการที่จะคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ได้รับผลกระทบจากอัตราดอกเบี้ยที่สูง แต่เดิมก่อนที่จะมีประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ให้ผลใช้ใน วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 นั้น กลุ่มสถาบันการเงินประเภท Non-bank แต่ละแห่งจะกำหนดอัตราดอกเบี้ยโดยให้เป็นไปตามกลไกของตลาด แต่ที่สำคัญส่วนใหญ่จะกำหนดอัตราดอกเบี้ยให้เป็นไปตามต้นทุนทางการเงิน โดยต้นทุนทางการเงินที่สำคัญคือ ต้นทุนการดำเนินการ (operation cost) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ (fixed cost) ดังนั้น หากขนาดของสินเชื่อที่ปล่อยออกไปมีขนาดเล็ก และถ้าเปรียบเทียบกับสัดส่วนต่อต้นทุนการดำเนินการแล้วจะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อสินเชื่อขนาดเล็กนั้นสูง เมื่อเทียบกับการให้สินเชื่อขนาดใหญ่กว่า นอกจากนี้ ภายในต้นทุนการดำเนินการนั้น กลุ่มสถาบันการเงินประเภท Non-bank มีภาระค่าใช้จ่ายที่สำคัญจากการจัดการหนี้เสีย เพราะผู้ที่มีรายได้ต่ำส่วนใหญ่จะมีการผิดนัดชำระหนี้สูง ทั้งนี้ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า จำนวนลูกหนี้ที่เป็นหนี้เสีย (NPL) และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท หากการกำหนดเพดานดอกเบี้ยถ้ากระทำโดยไม่สะท้อนถึงต้นทุนที่แท้จริงแล้ว อาจเป็นสาเหตุให้กลุ่มสถาบันการเงินประเภท Non-bank หลีกเลี่ยงที่จะไม่ปล่อยสินเชื่อที่มีขนาดเล็ก เพราะต้องการลดภาระต้นทุนความเสี่ยงลง ซึ่งกรณีนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำเสมือนถูกบังคับให้ไปใช้สินเชื่อในระบบ (black market) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมได้

แนวคิดหนึ่งกับการจัดสรรเพื่อการบริโภค

ปัญหาการจัดสรรเพื่อการบริโภคในระยะเวลายาวของครัวเรือนหรือหน่วยเศรษฐกิจนั้น ภายใต้เงื่อนไขของรายได้ปัจจุบันและรายได้ปัจจุบันและรายได้ที่คาดหวังจะได้ในอนาคตที่แน่นอนจำนวนหนึ่ง การบริโภคที่มากในระยะเวลานึงจะทำให้การ

บริโภคในระยะเวลาอื่นจะต้องลดน้อยลงเพื่อที่จะได้มาซึ่งอรรถประโยชน์รวมหรือความพึงพอใจในระยะเวลายาวสูงสุด หน่วยเศรษฐกิจแต่ละหน่วยจะต้องคำนึงถึงรายได้ปัจจุบันกระแสรายได้ที่คาดหวังว่าจะได้รับในอนาคตความต้องการในปัจจุบัน ความต้องการในอนาคต ผลของการตัดสินใจของครัวเรือนแต่ละครัวเรือนหรือหน่วยเศรษฐกิจและแต่ละหน่วยย่อมมีผลแตกต่างกัน ทั้งนี้ เพราะต่างก็มีทัศนคติต่อการบริโภคในปัจจุบันและอนาคตแตกต่างกัน หน่วยเศรษฐกิจหนึ่งให้คุณค่าการบริโภคในปัจจุบันสูงมากถึงกับการยอมเสียสละการบริโภคในอนาคตในจำนวนสูงมากเพื่อชดเชยกับการบริโภคในปัจจุบันที่เกินรายได้ หน่วยเศรษฐกิจอีกหน่วยหนึ่งอาจจะมีทัศนคติการบริโภคตรงกันข้ามกับหน่วยเศรษฐกิจแรกที่ได้กล่าวมาแล้ว (วเรศ อุปปาทิก, 2544, หน้า 40-41)

ความแตกต่างในลักษณะของรายได้และความต้องการของหน่วยเศรษฐกิจก่อให้เกิดคุณค่าของการบริโภคในปัจจุบันต่อการบริโภคในอนาคตแตกต่างไปด้วย ยกตัวอย่างเช่น ครัวเรือนบางครัวเรือนอาจจะมีค่าจำเป็นในการบริโภคของปัจจุบันสูง เช่น ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล และการศึกษาของบุตรหลานในระยะนี้ ครัวเรือนดังกล่าวยินดีที่จะเสียสละการบริโภคในอนาคต เพื่อแลกเปลี่ยนกับการบริโภคของตนในปัจจุบันที่เกินกว่ารายได้ ครัวเรือนอีกครัวเรือนหนึ่งอาจจะมีสถานะตรงกันข้าม ความต้องการบริโภคในปัจจุบันอาจมีเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการในอนาคต หรือรายได้ในปัจจุบันสูงกว่ารายได้ที่คาดว่าจะได้ในอนาคต ในกรณีเช่นนี้ครัวเรือนแต่ละครัวเรือนสามารถปรับตัวให้รู้สึกดีขึ้นในการเพิ่มอรรถประโยชน์รวม (Total Utility--TU) ให้สูงขึ้น โดยผ่านการแลกเปลี่ยนความต้องการเพื่อการบริโภคระหว่างปัจจุบันกับอนาคตซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ครัวเรือนที่มีความต้องการบริโภคในปัจจุบันต่ำกว่ารายได้สามารถโอนอำนาจการซื้อของตน (เงินออม) ให้แก่ครัวเรือนที่มีรายจ่ายเพื่อการบริโภคของปัจจุบันสูงกว่ารายได้ของตน หลังจากนั้นเมื่อถึงกำหนดผู้ซื้อผู้กู้ก็จะคืนอำนาจการซื้อคืนแก่ผู้ให้กู้พร้อมทั้งดอกเบี้ย การกระทำเช่นนี้ย่อมเป็นการจัดสรรการบริโภคของตนอย่างเหมาะสม และเพิ่มพูนอรรถประโยชน์รวมในระยะเวลายาวทั้งสองฝ่าย

กล่าวโดยสรุป สินเชื่อหรือเครดิตเพื่อการบริโภค (หรือหนี้) สามารถทำให้ครัวเรือนปรับตัวการบริโภคของตนในระยะยาวได้ดีขึ้น รวมตลอดถึงการสร้างเครื่องมือทางการเงิน (รายการสินทรัพย์ทางการเงิน) ให้แก่ผู้ออมที่จะเลือกสรรตามที่ตนต้องการ นอกจากนี้เครดิตเพื่อการบริโภคยังเป็นการเสริมสร้างอุปสงค์รวมของสินค้าและบริการตลอดจนถึงการรักษาระดับได้ประชาชาติ มิเช่นนั้นแล้วระบบเศรษฐกิจจะเกิดภาวะเงินฝืดได้ (deflation) ซึ่งมีผลทำให้รายได้ประชาชาติตกต่ำ และเกิดการว่างงานเพิ่มขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อการถือเงิน (demand for money)

อุปสงค์ต่อการถือเงิน คือ ปริมาณเงินทั้งสิ้นที่ระบบเศรษฐกิจต้องการถือไว้ในขณะใดขณะหนึ่ง โดยทฤษฎีการเงินของเคนส์แบ่งความต้องการถือเงินออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายประจำวัน (transaction demand for money) บุคคลทั่วไปหรือผู้บริโภคหรือหน่วยงานธุรกิจจะต้องถือเงินไว้จำนวนหนึ่งเพื่อใช้จ่ายประจำวัน การถือเงินแบบนี้จะไม่จำเป็นถ้ารายได้และรายจ่ายเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน แต่ในทางปฏิบัติบุคคลจะได้รับรายได้เพียงเดือนละครั้งหรือสัปดาห์ละครั้ง
2. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน (precautionary demand for money) ความต้องการถือเงินลักษณะนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 อย่าง ได้แก่ รายได้และอัตราดอกเบี้ยบุคคลที่มีรายได้มากย่อมสามารถกันเงินไว้ใช้ยามฉุกเฉินได้มาก และถ้าอัตราดอกเบี้ยสูงพอที่จะได้กำไรจากการลงทุนซื้อหลักทรัพย์บุคคลก็จะนำเงินไปซื้อหลักทรัพย์มาถือไว้ จนกว่าเกิดความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินจึงจะขายหลักทรัพย์ ทำให้การถือเงินเพื่อใช้จ่ายกรณีฉุกเฉินมีปริมาณลดลง
3. ความต้องการถือเงินเพื่อจะมีการเก็งกำไรหรือเพื่อหาผลตอบแทน (speculative demand for money) ผู้มีรายได้ทั่วไปจะแบ่งรายได้เป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งเพื่อใช้จ่ายและอีกส่วนหนึ่งเก็บออมไว้ ผู้ออมอาจฝากเงินไว้กับสถาบันการเงินหรือซื้อหลักทรัพย์เพื่อผลตอบแทนในขณะที่ยังตัดสินใจว่าจะเก็บเงินออมไว้ในรูปแบบใดจึงจะได้ผลที่ทำให้การตอบแทนที่น่าพอใจนั้น ผู้ออมจะถือเงินนี้ไว้เป็นเงินสดหรือเงินฝากที่มีสภาพคล่องสูงเป็นการชั่วคราว เงินออมที่ถือไว้นี้เรียกว่า การถือเงินเพื่อหาผลตอบแทน



อุปทานของเงินกู้

Robertson and Ohlin (อ้างถึงใน ปรีดา นาคเนาทิม, 2544, หน้า 350-351)

กล่าวว่า อัตราดอกเบี้ยเป็นราคาซึ่งช่วยให้อุปสงค์และอุปทานของปริมาณเงินกู้เท่ากัน

อุปทานของเงินกู้ (supply of loanable funds) อุปทานของเงินกู้ คือ จำนวนเงินออม (saving) ซึ่งพร้อมที่จะให้ทำการกู้ยืมได้ในระยะเวลาหนึ่ง ๆ ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน เดิมทีเดวิดนักเศรษฐศาสตร์กลุ่มคลาสสิกมีความเชื่อว่า อุปทานของเงินตราที่จะให้กู้ได้นั้นมาจากการออมเพียงอย่างเดียว ซึ่งหมายถึง เงินออมของเอกชนและหน่วยธุรกิจต่าง ๆ แต่ในสมัยต่อมาอุปทานของเงินกู้ได้หมายความว่ารวมถึงปริมาณเงินที่สร้างขึ้นโดยระบบของธนาคารพาณิชย์ด้วย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

เงินออมของเอกชนและหน่วยธุรกิจต่าง ๆ เงินออม (saving) คือ เงินรายได้ส่วนหนึ่งที่เอกชนและหน่วยธุรกิจต่าง ๆ กันไว้ เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งแตกต่างกันไป สำหรับเอกชนอาจจะไว้เพื่อใช้ในยามจำเป็น หรือเพื่อมีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้น สำหรับวัตถุประสงค์ในการออมของหน่วยธุรกิจโดยทั่วไปก็เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน หรือเพื่อนำเงินออมนั้นไปใช้ในการขยายกิจการ ส่วนการออมเพื่อวัตถุประสงค์ให้กู้ยืมอาจมีบ้างก็เป็นเพียงส่วนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับอุปทานของเงินกู้ทั้งหมด

ปริมาณเงินกู้ที่สร้างขึ้นโดยระบบธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินกู้ที่มีความสำคัญมากในระบบธนาคารพาณิชย์ เพราะธนาคารพาณิชย์สามารถสร้างเงินฝาก (create deposit) ได้ ใด ๆ ใดที่ธนาคารยังมีเงินสำรองส่วนเกิน (excess reserves) อยู่ ธนาคารก็สามารถสร้างเงินกู้โดยการเปิดเครดิตหรือเปิดบัญชีฝาก (overdraw) ให้แก่ผู้กู้ หมายความว่า เมื่อธนาคารมีเงินสดสำรองจำนวนหนึ่ง ธนาคารก็จะให้กู้มากกว่าจำนวนเงินสดสำรองหลายเท่า ส่วนปริมาณเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ คือ อัตราเงินสดสำรองตามกฎหมาย ปริมาณเงินในมือของประชาชน นโยบายของธนาคารกลางและธนาคารพาณิชย์ และความจำเป็นของธนาคารพาณิชย์ที่จะต้องเก็บเงินสดไว้จ่ายแก่ผู้ฝากเงินประเภทฝากเพื่อเรียก (demand deposit)

ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ (loanable fund theory)

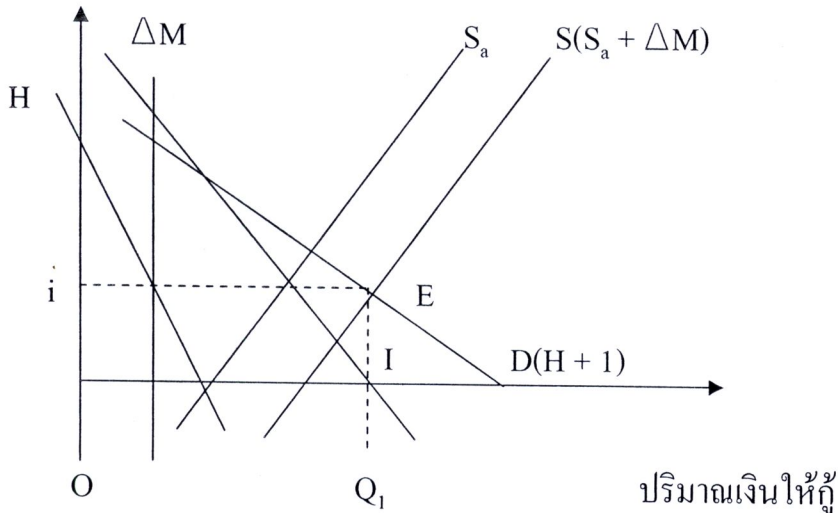
ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ มีพื้นฐานคล้ายกับทฤษฎีของคลาสสิก โดยนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงของระบบเศรษฐกิจมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ และมีแนวความคิดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยว่า โดยแท้จริงแล้วอัตราดอกเบี้ยไม่ได้จ่ายเพื่อการออม แต่เป็นการจ่ายสำหรับการให้กู้ ไม่ว่าแหล่งเงินกู้นั้นจะมาจากไหน และกู้เพื่อจุดประสงค์อะไร ดังนั้น อัตราดอกเบี้ยจึงถูกกำหนดโดยอุปทานของเงินกู้ (supply of loanable funds) กับอุปสงค์ของเงินกู้ (demand for loanable funds) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (วเรศ อุปปาดิก, 2544, หน้า 96-98)

1. อุปทานเงินกู้ โดยอุปทานของเงินให้กู้มีแหล่งที่มาสองแหล่งด้วยกัน ได้แก่ เงินออม (Saving--S) และการเพิ่มขึ้นของปริมาณเงิน (money supply-- ΔM) อันได้แก่ การขยายสินเชื่อของระบบธนาคารพาณิชย์ที่เข้าไปสู่ตลาดสินเชื่อ ดังนั้น การวิเคราะห์ทฤษฎีนี้เป็นลักษณะของ “Flow Concept”

2. อุปสงค์ของเงินกู้ โดยอุปสงค์ของเงินกู้ที่สำคัญ ได้แก่ เงินลงทุนและการถือเงินไว้ในมือ (Hoarding--H) การถือเงินชนิดนี้อาจจะมีค่าเป็นลบ ซึ่งเรียกว่า “Dishoarding” อันเกิดจากประชาชนนำเอาเงินที่ถือไว้ในมือในรอบปีที่ผ่านมา มาติดกัน ออกมาเป็นเงินทุนพร้อมที่จะให้กู้ หรือเกิดจากประชาชนลดสัดส่วนของการถือเงินที่เป็นเงินตรา อันมีผลทำให้เงินทุนเพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้น ดังนั้น ทฤษฎีปริมาณเงินกู้จึงแสดงดังสมการต่อไปนี้

$$S_a + \Delta M = H+1 \quad \dots (1)$$

อัตราดอกเบี้ย



ภาพ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเงินให้กู้กับอัตราดอกเบี้ย

ที่มา. จาก เศรษฐศาสตร์การเงินและการธนาคาร (พิมพ์ครั้งที่ 6, หน้า 97), โดย วเรศ อุปปาดิก, 2544, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จากภาพ 1 เส้น H ทอดลงจากซ้ายไปขวา แสดงถึง การถือเงินสดในมือที่มีค่าเสียโอกาสในตัวของมันเอง ถ้าหากอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นถึงระดับหนึ่ง ค่าของ H จะติดลบ ซึ่งเรียกว่า “Dishoarding” เส้น I แสดงถึง ความต้องการเงินทุนเพื่อการลงทุน ในกรณีที่อัตราดอกเบี้ยสูง ประมาณความต้องการเงินทุนจะน้อยลง และเมื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำลง ปริมาณความต้องการเงินทุนจะเพิ่มขึ้น ดังนั้น เส้น I จึงเป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา และเส้นอุปสงค์ของเงินกู้รวม (total demand for loanable fund-- D) จึงเป็นเส้นทอดจากซ้ายไปขวาเช่นเดียวกัน

ส่วนเส้น ΔM จะมีความชันอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับ “Money Supply Function” กับ นโยบายการเงินของระบบเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจหนึ่ง ซึ่งนโยบายการเงินและอุปทานของเงินตอบสนองอัตราดอกเบี้ยในเชิงบวก เส้น ΔM จะทอดขึ้นจากซ้ายไปขวา แต่ถ้าเป็นกรณีที่อื่นแล้วอัตราดอกเบี้ยจะไม่มีผลต่อเส้น ΔM ดังที่แสดงไว้ในภาพ

ส่วนเส้นเงินออม S_a มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยในเชิงบวก เส้น S_a จึงทอดขึ้นจากซ้ายไปขวา อันมีผลทำให้เส้นอุปทานของเงินให้กู้ทั้งหมด (total of loanable fund--S) เป็นเส้นทอดขึ้นจากซ้ายไปขวาด้วย ดังนั้น อัตราดอกเบี้ยจึงถูกกำหนดโดยจุดตัดของเส้น S และ D ดังแสดงในภาพ อัตราดอกเบี้ยดุลยภาพ คือ O_i และปริมาณเงินกู้ดุลยภาพ คือ OQ_i

ทฤษฎีปริมาณเงินกู้ให้กู้ดังที่อธิบายมาแล้วข้างต้นยังมีใช้ทฤษฎีการอธิบายระบบเศรษฐกิจโดยรวม เพียงแต่เป็นทฤษฎีที่อธิบายในส่วนของตลาดสินเชื่อเท่านั้น ดังนั้นเพื่อจะทำให้ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ มีความเป็นจริง (realistic) จำเป็นต้องขยายความอุปสงค์ของเงินกู้ ซึ่งส่วนใหญ่มีใช้เพื่อการลงทุนเท่านั้นแต่ยังเพื่อการบริโภคและการกู้ยืมของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกู้ยืมของรัฐบาลมีผลกระทบต่ออัตราดอกเบี้ยมีใช้น้อย การกู้ยืมเพื่อการลงทุนของธุรกิจส่วนหนึ่งเป็นการกู้เพื่อสร้างที่พักอาศัยด้วยการจำนอง ดังนั้น ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้ในด้านอุปสงค์ของเงินกู้จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงการกู้ของรัฐบาล (B_g) ของผู้บริโภค (B_p) ของธุรกิจ (B_c) และเพื่อการเก็งกำไร (B_s) จึงทำให้สมการทฤษฎีปริมาณเงินกู้ปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นได้ดังนี้

$$S + \Delta M = H + I + B_g + B_c + B_p + B_h + B_s \quad \dots(2)$$

จากสมการ (2) ข้างต้นนี้ทำให้อุปสงค์ของเงินทุนครอบคลุม ไปทั่วภาคเศรษฐกิจทุกภาค อันทำให้ทฤษฎีปริมาณเงินให้กู้มีความถูกต้องใกล้เคียงความจริงมากขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จตุพร อุตตโม (2539) ได้ศึกษาเรื่อง การให้บริการสินเชื่อ “กรุงเทพฯ ธานีแห่งใหม่” ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการพบว่า ผู้รับบริการเป็นเพศชายร้อยละ 52 และเพศหญิงร้อยละ 48 อายุเฉลี่ย 37 ปี เป็นผู้ที่สมรสแล้วและอยู่ร่วมกันร้อยละ 60.5 จำนวนบุตรเฉลี่ย 1 คน เป็นข้าราชการพลเรือน มีเงินเดือนเฉลี่ย 9,421 บาท การนำเงินกู้ไปใช้ประโยชน์เป็นทุนสำรองเมื่อคราวจำเป็นในครอบครัวร้อยละ 72.5 ความพร้อมในการคืนเงินกู้เมื่อปลดเกษียณร้อยละ 39.5 และจะคืนเงินกู้ใน

ระยะเวลา 24 เดือน ร้อยละ 56 กรณีที่ผู้ค้าประกันยกเลิกสัญญา ผู้รับบริการเลือก การเปลี่ยนผู้ค้าประกันใหม่ร้อยละ 51 มีความพอใจต่อการรับบริการระดับปานกลาง สำหรับการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ให้บริการเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 38 ปี ร้อยละ 93.3 อายุเฉลี่ยต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 33.3 เป็นผู้ที่มีสมรสแล้วและ อยู่ร่วมกัน คู่สมรส ร้อยละ 80 มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 93.3 มีความเข้าใจการให้ บริการเป็นอย่างดี ร้อยละ 53.3 มีความต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 73.3 ลูกค้าควรจะคืน เงินกู้ได้ในระยะเวลา 24 เดือน ร้อยละ 53.3 แหล่งเงินที่จะคืนเงินกู้จากบำเหน็จหรือ บำนาญ ร้อยละ 86.7 กรณีที่ผู้ค้าประกันยกเลิกสัญญา และลูกค้าควรเปลี่ยนผู้ค้าประกัน- ใหม่ ร้อยละ 80

สาเหตุที่ผู้รับบริการสินเชื่อ “กรุงไทยธนวัฏ” ขาดต่ออายุสัญญา เนื่องจาก การโอนย้ายหน่วยงานปลดเกษียณ การยกเลิกการค้าประกัน ซึ่งแนวทางแก้ไขธนาคาร ควรที่จะมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้การติดตามหนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้รับบริการจะนำเงินกู้ไปใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นทุนสำรองเมื่อคราวจำเป็นในครอบครัว การคืนเงินกู้มีความคาดหวังว่าจะคืน เมื่อปลดเกษียณ แต่ถ้าหากต้องชำระคืนทันที สามารถชำระคืนได้ภายใน 24 เดือน

ในด้านผู้ให้บริการ คือ ฝ่ายสินเชื่อของธนาคาร ให้ความเห็นว่า มีความเข้าใจใน การให้บริการเป็นอย่างดี แต่ยังมีความต้องการที่จะฝึกอบรมให้แก่บุคลากรใหม่เพิ่มเติม สำหรับปัญหาด้านการค้างชำระเงินกู้หรือการต่อสัญญาเงินกู้ การเร่งรัดจะเกิดขึ้น เมื่อมี การเปลี่ยนที่ทำงานของผู้รับบริการ ทำให้การติดตามการเร่งรัดล่าช้า ประกอบกับ เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ควรจะเพิ่มพนักงานให้มากขึ้น

คลนภา การ์กั (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏของ ข้าราชการ: กรณีศึกษา ข้าราชการสังกัดสำนักงานการประถมศึกษา อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการที่ใช้บริการมากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี มีอายุราชการ 20-30 ปี มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน มีบุตรกำลังศึกษาอยู่ 2 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 12,000-15,000 บาทต่อเดือน รายได้ของ ครอบครัว 25,000-35,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในครอบครัว 10,001-15,000 บาทต่อเดือน และวงเงินกู้ที่ธนาคารให้ข้าราชการใช้บริการส่วนใหญ่ในช่วง

20,001-42,000 บาท เช่นเดียวกับวงเงินกู้ที่ข้าราชการขอกู้ โดยสาเหตุสำคัญในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ คือ ความต้องการไว้ในยามฉุกเฉิน และนำไปใช้จ่ายด้านการอุปโภคบริโภคมากที่สุด ข้าราชการมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความคิดเห็นว่า วงเงินไม่เพียงพอ เพราะค่าใช้จ่ายในปัจจุบันสูงขึ้น โดยต้องการวงเงินเพิ่มขึ้นเป็น 100,000 บาท

อัครี มีศิริ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อลูกค้าธนาคารออมสิน สังกัดภาค 4 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางให้กับธนาคารออมสินปรับปรุงบริการสินเชื่อเคหะและสินเชื่อสวัสดิการให้เป็นที่พอใจลูกค้า ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินสังกัด ภาค 4 จำนวน 451 ราย เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2545 โดยการทดสอบใช้วิธีไคสแควร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ทดสอบความเป็นอิสระระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรส กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สินเชื่อเคหะ ด้านอัตราดอกเบี้ย วงเงินกู้ ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ และการให้บริการของพนักงาน และส่วนที่ 2 ทำการศึกษาในทำนองเดียวกันนี้กับบริการสินเชื่อสวัสดิการ

ผลการศึกษาในส่วนที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะด้านอัตราดอกเบี้ยจะขึ้นอยู่กับเพศและระดับรายได้ต่อเดือน โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าเพศชาย และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนนั้นตั้งแต่ 20,001-40,000 บาทต่อเดือน และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 ถึง 20,000 บาท และรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ และยังพบว่า พฤติกรรมของผู้ที่ให้บริการสินเชื่อเคหะระหว่างระดับการศึกษา จะมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่าระดับปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่าและระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ตามลำดับ

ผลการศึกษาในส่วนที่ 2 ทดสอบความเป็นอิสระระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรสกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการด้านอัตราดอกเบี้ย และการให้บริการของพนักงาน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการด้านอัตราดอกเบี้ย จะขึ้นอยู่กับเพศและระดับการศึกษา โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยมากกว่าเพศชายมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการด้านวงเงินกู้ขึ้นอยู่กับอายุ โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และระหว่าง 31-40 และ 41-50 ปี พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการด้านขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีส่วนในการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ และพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการด้านปัจจัยการให้บริการของพนักงานขึ้นอยู่กับสถานภาพการสมรสของลูกค้า โดยผู้ที่เป็นโสดจะให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงานมากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว ผู้ที่เป็นหม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่

กณิดา รัชตเชษฐกุล (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทย: กรณีศึกษา สาขาหาดใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อ ความแตกต่างของปัจจัยและความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อ ตลอดจนปัญหาในการรับบริการและแนวทางแก้ไขปัญหาในการรับบริการสินเชื่อของลูกค้าสินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาหาดใหญ่ ข้อมูลในการศึกษาได้จากการสุ่มโดยคำนึงถึงค่าความน่าจะเป็น เลือกรandomแบบแยกชั้นตามประเภทสินเชื่อของลูกค้าธนาคารจำนวน 265 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท เป็นลูกค้าของธนาคารมาเป็นระยะเวลา 1-5 ปี เหตุผลส่วนใหญ่ในการเป็นลูกค้าธนาคาร คือ เป็นธนาคารของรัฐ มีความมั่นคงสูง และใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวัณมากที่สุด สำหรับลูกค้าสินเชื่อ

ประกอบธุรกิจด้านการบริการ ในรูปแบบห้างหุ้นส่วน ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 10 ปี ขนาดกิจการหรือทุนจดทะเบียนจำนวน 500,000-1,000,000 บาท

ผลการวิจัยความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อกู้ทั้ง 3 ด้าน พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจมากต่อการใช้บริการในด้านกระบวนการปฏิบัติงานของธนาคารและด้านพนักงานธนาคาร มีความพึงพอใจปานกลางต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อกู้จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าสินเชื่อนั้น พบว่า เพศ มีความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อกู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อกู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเหตุผลในการเป็นลูกค้าธนาคาร มีความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อกู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ศาสนา ระดับรายได้ ประเภทสินเชื่อกู้ที่ใช้บริการ ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดหรือทุนจดทะเบียน และประเภทของธุรกิจ พบว่า ไม่มีความพึงพอใจในการรับบริการสินเชื่อกู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัญหาในการรับบริการสินเชื่อกู้ในแต่ละด้านของลูกค้าสินเชื่อกู้ พบว่า ด้านสินเชื่อของธนาคาร ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมสูง วงเงินอนุมัติไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขาดสื่อในการประชาสัมพันธ์สินเชื่อของธนาคาร ด้านกระบวนการปฏิบัติงานของธนาคาร ได้แก่ ขั้นตอนการอนุมัติซับซ้อน ระยะเวลาในการอนุมัติล่าช้า ปริมาณเอกสารประกอบการกู้มีมากเกินไป ด้านพนักงานธนาคาร ได้แก่ จำนวนพนักงานน้อย และไม่ยิ้มแย้มทักทายลูกค้า

สาโรจน์ วันมี (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการศึกษารั้งนี้เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ (2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อบุคคลของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300

ราย โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental random sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกับปัจจัยส่วนบุคคลด้วยค่า t test ทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way-ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม จึงเปรียบเทียบรายด้าน โดยวิธีการของ Scheffé ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้านักการพาณิชย์มากที่สุดคือ วงเงินสินเชื่อ รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย และขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ การบริการภาพลักษณ์ของธนาคาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ
2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3. ปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้านักการพาณิชย์ทั้ง 6 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคารในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

จิราภา พรธนิยม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสิน ภาคนครหลวง 2 ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้า ตั้งแต่ 3-6 ปี ประเภทสินเชื่อที่ให้บริการสินเชื่อเคหะ สาเหตุการมาใช้บริการ เนื่องจากความมั่นคง ชื่อเสียงธนาคาร การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/ญาติมากที่สุด (2) ลูกค้าสินเชื่อยังมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ 4 ด้าน โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสินเชื่อที่ให้บริการ และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนให้บริการสินเชื่อ และด้านสถานที่/วัสดุอุปกรณ์ (3) ลูกค้าสินเชื่อยังมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัด

องค์การ และด้านการจูงใจมาใช้บริการ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน และด้านการควบคุมคุณภาพ (4) ลูกค้ายินเชื่อที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อแตกต่างกันทุกด้าน ลูกค้ายที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ ด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่แตกต่างกัน และลูกค้ายที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ ด้านสินเชื่อที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน (5) ลูกค้ายินเชื่อที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกันทุกด้าน ลูกค้ายที่มีเพศ แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการจูงใจมาใช้บริการ และด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน ไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์กรและด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารด้านการจูงใจมาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนและด้านการจูงใจมาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน (6) ลูกค้ายินเชื่อที่มีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ สาเหตุการมาใช้บริการและการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อไม่แตกต่างกันทุกด้าน ส่วนลูกค้ายินเชื่อที่มีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้ายที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อแตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านสถานที่/วัสดุอุปกรณ์ (7) สถานภาพการศึกษา อาชีพ รายได้ของลูกค้ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนเพศและอายุของลูกค้ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ และ (8) การบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การจูงใจมาใช้บริการ และการควบคุมคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้ายินเชื่อธนาคารออมสิน

ทิพย์วิมล อุดสุวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจของลูกค้ายที่มีต่อการบริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ผู้มาใช้บริการในสาขาด้านแบบ 4 สาขา ได้แก่ สาขาบางกะปิ (สุขุมวิท 45) สาขาถนนสาทร

สาขานนสรีนทรินทร์ (ซอยลาซาล) และสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 2 จำนวนทั้งสิ้น 45,161 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 451 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยนำแนวคิด Servqual Dimension เป็นองค์ประกอบวัดความพึงพอใจจากองค์ประกอบบริการ ได้แก่ ด้านบริการทั่วไป ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านการสัมผัส/จับต้องได้ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) และทดสอบภายหลังเพื่อหารายคู่ที่แตกต่างกัน โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé's post hoc comparison) ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับค่อนข้างมากทุกด้านเรียงลำดับดังนี้ ด้านความมั่นใจ รองลงมาคือ ด้านสถานที่ ด้านการสัมผัส/จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง และด้านบริการทั่วไป ตามลำดับ

2. ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ความต่อเนื่องในการใช้บริการ และ สถานการณ์ถือครองบัญชีในการใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ และประเภทที่ตั้งสาขามีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้สรุปความถี่ของข้อมูลตามประเด็นที่ต้องการให้มีการปรับปรุงมากที่สุดโดยเรียงลำดับดังนี้ ควรจัดการด้านพนักงานให้เพียงพอกับปริมาณเคาน์เตอร์ที่มีอยู่ ควรจัดให้มีระบบคิวแบบมีบัตรคิวในการรอรับบริการ และควรเพิ่มที่นั่งสำหรับลูกค้าที่รอรับบริการ ควรเพิ่มและปรับปรุงป้ายบอกประเภทงานให้บริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน ควรเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าและเพิ่มจุดให้บริการ Easy Banking ตาม

สถานที่ชุมชนให้มากขึ้น โดยจัดให้มีพนักงานคอยตรวจสอบเครื่องให้บริการของธนาคารเพื่อการให้บริการที่ต่อเนื่อง

สุภาพร สาระสิทธิ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อกะของธนาคารออมสินภาค นครหลวง 3 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อกะของธนาคารออมสิน ภาคนครหลวง 3 แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ภาระหนี้สินของครอบครัวต่อเดือน วัตถุประสงค์การใช้บริการสินเชื่อกะ และจำนวนเงินที่ได้อนุมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการสินเชื่อกะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ส่วนการศึกษา สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายจ่ายของครอบครัวต่อเดือน และภูมิลำเนาเดิมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการสินเชื่อกะ

อรรถพล เลือดกาญจนะ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เลือกใช้นเชื่อส่วนบุคคลทันใจ วงเงินที่ได้รับอนุมัติระหว่าง 30,001-40,000 บาท และมีความคิดเห็นในการใช้นเชื่อส่วนบุคคลเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาทางการเงิน และหากเลือกใช้นเชื่อส่วนบุคคลจะไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้นเชื่อส่วนบุคคลส่วนใหญ่เพื่อใช้จ่ายส่วนบุคคล ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเหตุผลดังต่อไปนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้นเพราะอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเป็นที่น่าสนใจ วงเงินกู้ที่อนุมัติสูงกว่าสถาบันการเงินอื่น ๆ ระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว มีบริการสินเชื่อตรงกับความต้องการของท่าน ตามลำดับ