

**การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจ
ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย**

**Perception of economic problems and purchasing power of consumers,
that affect the trend of decision making to use the home loan service.**

สุภาพร ไชยชัยภูมิ และ ปุณณณณ เทพประสิทธิ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

E-mail: aommommam7@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย (2) เพื่อศึกษาการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามชนิดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.44) มีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.54) ความสัมพันธ์ระหว่าง กำลังซื้อ การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ และ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจพบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) เท่ากับ .000 และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

คำสำคัญ : กำลังซื้อ ปัญหาทางเศรษฐกิจ สินเชื่อที่อยู่อาศัย

ABSTRACT

This research Objective (1) to study the purchasing power of consumers and affect trends in mortgage loan service decisions. (2) to study the economic problems affecting the decision to use the home loan service. The research tool was a questionnaire which was a 5-level rating scale. The reliability was 0.95.

The results of the research were as follows: a total of 400 subjects, most of whom were under 30 years of age. There is an average monthly income of 15,000 - 20,000 baht. The monthly family income is more than 30,000 baht and average monthly expenses are 5,000 - 10,000 baht. Overall perceived economic problems were at the highest level ($\bar{X}$ 4.44) The overall decision was likely to be at the highest level, with ($\bar{X}$ 4.54) Relationship between purchasing power, economic perception, and decision-making trend for home loan services. The difference was statistically significant at 0.05 level. The relationship between purchasing power and economic problems was found to have a statistically significant level (p) of .000 and low correlation.

Keywords: Purchasing power, Economic problems, Home loan

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์การมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างหลักประกันที่มั่นคงและเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีประชาชนส่วนใหญ่ที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยจึงมีความต้องการที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองส่วนใหญ่แล้วผู้ซื้อที่อยู่อาศัยจะใช้เงินออมของตัวเองส่วนหนึ่งสำหรับเงินดาวน์หรือผ่อนดาวน์ส่วนที่เหลือทั้งหมดผู้ซื้อจะใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินแทนที่การออมเงินไว้ในระยะยาวแล้วค่อยซื้อหรือสร้างบ้านส่งผลให้ธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะธุรกิจที่อยู่อาศัยกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญลำดับต้นๆ มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดังจะเห็นได้จากอัตราการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีการเติบโตต่อเนื่องอีกทั้งการได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐทำให้อัตราการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, 2559)

แม้ว่าบรรยากาศเศรษฐกิจที่ดีขึ้นและการผลักดันอุปทานอสังหาริมทรัพย์ใหม่เข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จะทำให้เห็นโอกาสทางธุรกิจของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ยังคงรักษาแรงส่งของการเติบโตไว้ได้ใกล้เคียงกับปีก่อน แต่ปัจจัยด้านตลาดลูกค้านักศึกษาที่ยังจำกัดจากปัญหาเชิงโครงสร้างต้นทุนการทำธุรกิจของผู้ประกอบการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของ

มาตรฐานทางบัญชี ตลอดจนความกังวลเกี่ยวกับปัญหาคุณภาพหนี้ คงทำให้ผู้ประกอบการยังคงต้องมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ และ/หรือมีฐานรายได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะลูกค้าบุคคลกลุ่มที่มีรายได้ประจำ ในวงเงินสินเชื่อที่สูงกว่า 3 ล้านบาท ที่ยังถูกมองว่ามีความสามารถในการชำระหนี้อยู่ในเกณฑ์ดี กระนั้นก็ดี การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ น่าจะยังคงความเข้มข้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคยุคใหม่มีพฤติกรรมเปรียบเทียบราคาและเงื่อนไขผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด ท่ามกลางการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกรวดเร็วผ่านช่องทางออนไลน์และการนำเสนอบริการของ FinTech ทั้งนี้ นอกจากการแข่งขันจะออกมาในรูปของการนำเสนอโครงการสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำในช่วงแรกของสัญญาอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็ยังน่าจะเห็นการให้วงเงินต่อหลักประกันสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ค่อนข้างสูงด้วย เช่นเดียวกับการนำเสนอบริการหลังการขายและผลิตภัณฑ์สินเชื่ออื่นๆ อาทิ สินเชื่ออเนกประสงค์ ผลิตภัณฑ์ประกัน และบริการที่ปรึกษาทางการเงิน เพื่อความครบวงจรและช่วยเสริมรายได้ในภาพรวมให้กับผู้ประกอบการ (ปริยา เทศนอก, 2563)

ดังนั้นจากความสำคัญและสถานการณ์การตลาดของสินเชื่อที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนทางการตลาดกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เพิ่มมากขึ้นตลอดจนถึงการรักษาฐานลูกค้าเดิมให้คงอยู่และสร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าของการให้บริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารและเป็นแนวทางในการพัฒนาทางการตลาดสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษากำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษารับรู้ปัญหาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย มีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตตัวแปร การศึกษารับรู้ปัญหาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย มีขอบเขตด้านตัวแปรได้แก่

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. กำลังซื้อ ได้แก่ อายุ, รายได้ตนเอง, รายได้ครอบครัว และรายจ่ายต่อเดือน
2. การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ

1.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ ได้แก่ ภาวะค่าเงินผันผวน, สภาพคล่องทางการเงินระหว่างประเทศ, อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้, นโยบายสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของรัฐ, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและค่าเงิน, สภาพเศรษฐกิจต่างประเทศ, ปัญหาหนี้สินสาธารณะที่เกิดขึ้นทั่วโลก, ราคาน้ำมันที่ขึ้นลงไม่แน่นอน, ค่าครองชีพที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่, และกิจกรรมส่งเสริมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์และกำลังซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ, รายได้ตนเอง, รายได้ครอบครัว และรายจ่ายต่อเดือน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา กันยายน 2563 - มกราคม 2564

4. ขอบเขตพื้นที่ ลูกค้ายที่มีความสนใจสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบกำลังซื้อ ได้แก่ รายได้ตนเอง, รายได้ครอบครัว, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในแต่ละเดือน ที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

2. ได้ทราบถึงการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

3. ได้ใช้เป็นแนวทางในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนทางการตลาดกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกทั้งเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนถึงการรักษฐานลูกค้าเดิมให้คงอยู่และสร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าของการให้บริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารและเป็นแนวทางในการพัฒนาทางการตลาดสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มีความตั้งใจจะกู้สินเชื่อบ้านในช่วง 3 ปี หลังเกิดเหตุการณ์การระบาดของโควิด 19 ปี 2020 – 2022 และทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953 อ้างถึงใน ยุทธ ไทยวรรณ, 2552) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน แต่ผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ผล แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามด้านกำลังซื้อ ได้แก่ อายุ, รายได้ตนเอง, รายได้ครอบครัว, และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยข้อคำถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ ตามแบบของ (Likert)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยข้อคำถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ตามแบบของ (Likert)

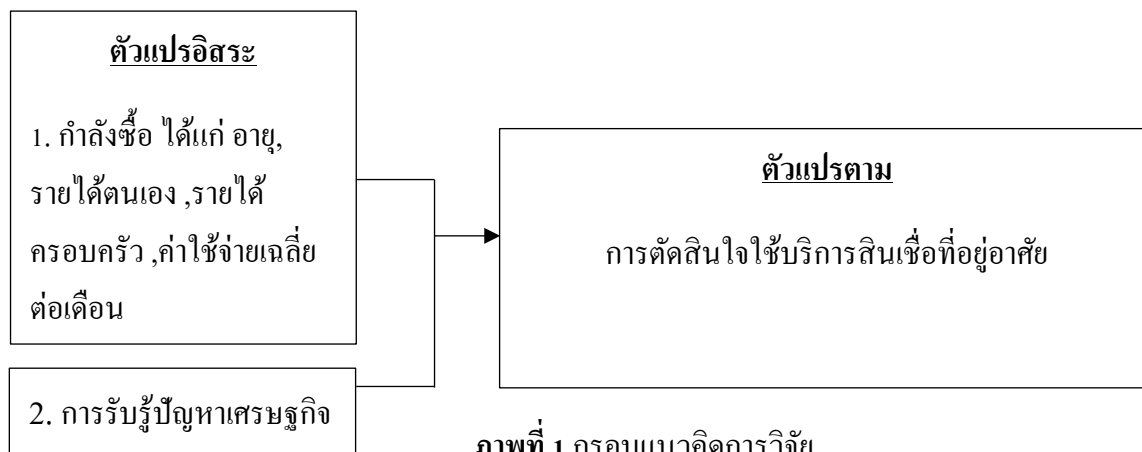
2. วิเคราะห์การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) หาค่าร้อยละ (percent) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3. วิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่ม ประชากร เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วย One-Way ANOVA หรือ F-Test ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 โดยนำค่า F-Test ในการทดสอบ ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มแตกต่างกันหรือไม่

4. Pearson Correlation คือ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันเป็นการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกันเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจ กับ การตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ระหว่างตัวแปรนั้นเรา สามารถดูทิศทางของความสัมพันธ์ได้โดยมีลักษณะความสัมพันธ์แบบเดียว คือ

- สหสัมพันธ์ทางบวก (Positive Correlations) ซึ่งหมายความว่าเมื่อตัวแปรตัวหนึ่ง เพิ่มขึ้นหรือลดลงอีกตัวแปรหนึ่งก็จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงไปด้วย ส่วนการแปลผลใช้เกณฑ์ช่วงค่า r ตามรายละเอียดต่อไปนี้ (Hinkle D. E. 1998, p.118)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กำลังซื้อ ได้แก่ อายุ, รายได้ตนเอง, รายได้ครอบครัว, และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคืออายุ 30 – 35 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 อายุระหว่าง 36 - 40 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และอายุตั้งแต่ 40 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

รายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือน ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาการรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ตาราง 1 การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ

การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านทราบเกี่ยวกับภาวะค่าเงินผันผวน	4.26	.58	มากที่สุด
2. ท่านทราบเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินระหว่างประเทศ	4.31	.68	มากที่สุด
3. ท่านทราบเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้	4.47	.62	มากที่สุด
4. ท่านทราบเกี่ยวกับนโยบายสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของรัฐ	4.50	.55	มากที่สุด
5. ท่านทราบเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและค่าเงิน	4.36	.72	มากที่สุด

6. ท่านทราบเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจต่างประเทศ	4.57	.53	มากที่สุด
7. ท่านทราบเกี่ยวกับปัญหาหนี้สินสาธารณะที่เกิดขึ้นทั่วโลก	4.32	.54	มากที่สุด
8. ท่านทราบเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ขึ้นลงไม่แน่นอน	4.65	.49	มากที่สุด
9. ท่านทราบเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่	4.49	.61	มากที่สุด
10. ท่านทราบเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์	4.48	.62	มากที่สุด
โดยรวม	4.44	.43	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.44) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ได้มีการรับรู้มากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ขึ้นลงไม่แน่นอนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.65) รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจต่างประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.57) กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับนโยบายสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของรัฐ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.50) กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.49) กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.48) ทราบเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.47) ทราบเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและค่าเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.36) ทราบเกี่ยวกับปัญหาหนี้สินสาธารณะที่เกิดขึ้นทั่วโลก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.32) ทราบเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินระหว่างประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.31) และอันดับสุดท้าย กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับภาวะค่าเงินผันผวน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.26)

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ตาราง 2 แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

แนวโน้มการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ในอนาคตท่านมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย	4.54	.60	มากที่สุด
2. หลังการศึกษาข้อมูลท่านจะตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย	4.57	.63	มากที่สุด
3. บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของท่าน	4.46	.62	มากที่สุด
4. บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการของท่าน	4.54	.63	มากที่สุด
5. ท่านจะแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักของท่านทราบ	4.60	.61	มากที่สุด
โดยรวม	4.54	.56	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีแนวโน้มมากที่สุดได้แก่ การแนะนำบริการสินเชื่อ

ที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.60) รองลงมาคือหลังการศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.54) อันดับ 3 มีแนวโน้มการตัดสินใจเท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ ในอนาคตกลุ่มตัวอย่างมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยและบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย มีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.54) และอันดับสุดท้าย บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.46)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง กำลังซื้อ การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ และ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ตาราง 3 แสดงตารางความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการ สินเชื่อที่อยู่อาศัย	กำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจ		
	r	P Value	ระดับ
1. ในอนาคตท่านมีแผนจะใช้ บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย	.430**	.000	ต่ำ
2. หลังการศึกษาข้อมูลท่านจะ ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่ อาศัย	.392**	.000	ต่ำ
3. บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมี รูปแบบที่ตรงตามความต้องการ ของท่าน	.491**	.000	ต่ำ
4. บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมี เงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการ ของท่าน	.440**	.000	ต่ำ
5. ท่านจะแนะนำบริการสินเชื่อ ที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จัก ของท่านทราบ	.321**	.000	ต่ำ
ภาพรวมแนวโน้มการตัดสินใจ ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย	.455**	.000	ต่ำ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในอนาคตในการมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย พบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในอนาคตในการมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .430** ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำหมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในอนาคตในการมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นเช่นกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการ พบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .491** ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำหมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน

9

เงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .440** ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำหมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบ พบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .321** ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำหมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบเพิ่มขึ้นเช่นกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในภาพรวม พบว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .455** ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำหมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นเช่นกัน

การอภิปรายผลการวิจัย

1. กำลังซื้อของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวนมีรายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ส้อยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท ใกล้เคียงกับเอกรัฐ วงศ์ระกุล, 2553 ที่ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-39 ปี และสอดคล้องกับวิรัชธิดา แจ่มเปลา, 2559 ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000 บาทและใกล้เคียงกับวิมลรัตน์ ดาวกลาง, 2559 ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ ในจังหวัดปทุมธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน

2. การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ

การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้มีการรับรู้มากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ขึ้นลงไม่แน่นอนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ทราบเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจต่างประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับนโยบายสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของรัฐ อยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่ อยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและค่าเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับปัญหาหนี้สินสาธารณะที่เกิดขึ้นทั่วโลก อยู่ในระดับมากที่สุด ทราบเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินระหว่างประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด และ กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับภาวะค่าเงินผันผวน อยู่ในระดับมากที่สุด สัมพันธ์กับสุรัสวดี มีดวง, 2558 ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินสำนักงานราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า) ระดับความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่แรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติตามลำดับ

3. แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีแนวโน้มมากที่สุดได้แก่ การแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีรองลงมาคือหลังการศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 มีแนวโน้มการตัดสินใจเท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ ในอนาคตกลุ่มตัวอย่างมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยและบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด สัมพันธ์กับเอกรัฐ วงศ์ระกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก

4. ความสัมพันธ์ระหว่าง กำลังซื้อ การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ และ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

4.1 กำลังซื้อ จำแนกตามอายุ, รายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือน, รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ, รายได้เฉลี่ยของตนเองต่อเดือน, รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ วิมลจิตา แจ่มเปลา, 2559 ที่ศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

ด้านสินเชื่อกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด และพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัด แตกต่างกัน แต่สมาชิกสหกรณ์เป็นเพศหญิง จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 197 คิดเป็นร้อยละ 49.25 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000 บาท ที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัด ไม่แตกต่างกัน

4.2 การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจ

4.2.1 จำแนกตามการรับรู้ภาวะค่าเงินผันผวนกลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยจำแนกตามการรับรู้ภาวะค่าเงินผันผวนต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อยกเว้นแนวโน้มบริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการที่ไม่มีความแตกต่าง สอดคล้องกับเอกรัฐ วงศ์ระกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการรับรู้อัตราดอกเบี้ยระยะเวลาการผ่อนชำระ

4.2.2 จำแนกตามการรับรู้สภาพคล่องทางการเงินระหว่างประเทศ, การรับรู้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้, นโยบายสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของรัฐ, การรับรู้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและค่าเงิน, การรับรู้สภาพเศรษฐกิจต่างประเทศ, การรับรู้ปัญหานี้สินสาธารณะที่เกิดขึ้นทั่วโลก, การรับรู้ราคาน้ำมันที่ขึ้นลงไม่แน่นอน, การรับรู้ค่าครองชีพที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่, การรับรู้กิจกรรมส่งเสริมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์และการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจในเรื่องดังกล่าวต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับเอกรัฐ วงศ์ระกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการรับรู้อัตราดอกเบี้ยระยะเวลาการผ่อนชำระ

5. แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัย

5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยในอนาคตในการมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัย พบว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัยในอนาคตในการมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อกที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมี

ความสัมพันธ์ระดับต่ำ หมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในอนาคตในการมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นเช่นกัน

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยหลังการศึกษาข้อมูลจะตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยพบว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยหลังการศึกษาข้อมูลจะตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ หมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยหลังการศึกษาข้อมูลจะตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับกับพรทิพย์ สุวรรณพุ่ม, 2555 ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ : กรณีศึกษาธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พบว่า พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมหรือการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการ พบว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ หมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน สัมพันธ์กับวิมลรัตน์ ดาวกลาง, 2559 ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ ในจังหวัดปทุมธานีพบว่าปัจจัยด้านรูปแบบหรือลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ขอสินเชื่อ ประกอบไปด้วย ประเภทที่อยู่อาศัย: ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม มีผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ

5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการ พบว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ หมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีเงื่อนไขที่ตรงตามความต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน สัมพันธ์กับพรทิพย์ สุวรรณพุ่ม, 2555 ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ

เลือกใช้บริการสินเชื่อ : กรณีศึกษาธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ พบว่าด้านเงื่อนไขในการใช้สินเชื่อมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจกับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบ พบว่ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำหมายถึง ถ้ากำลังซื้อและการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในส่วนของการแนะนำบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ญาติหรือคนรู้จักทราบเพิ่มขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับวิลรัตน์ ดาวกลาง, 2559 ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ ในจังหวัดปทุมธานีการพบว่าแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการในส่วนของการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐมีผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ

ข้อเสนอแนะ

1. การรับรู้ปัญหาเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมแล้วอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.44) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับสุดท้าย กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับภาวะค่าเงินผันผวน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.26) แต่กลับได้คะแนนเป็นอันดับสุดท้ายจาก 10 ข้อ เพราะฉะนั้น เพื่อส่งเสริมการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจในข้อดังกล่าว หรือแม้แต่ข้ออื่นๆที่ผู้วิจัยอาจจะยังไม่ได้กล่าวถึง ควรมีการจัดทำแหล่งข้อมูลให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับบริการและประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กรด้วยเช่นกัน

2. กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับสุดท้าย บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ($\bar{X}$ 4.46) เพราะฉะนั้น สิ่งที่ต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วนได้แก่การปรับปรุงรูปแบบบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ มุ่งเน้นให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับประโยชน์ และมีทางเลือกที่ดีในการเข้ารับบริการ และเป็นการยกระดับการบริการเพื่อให้ตอบโจทย์ผู้รับบริการมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการหลายๆท่าน ได้เสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยไว้อย่างน่าสนใจนำมาศึกษาอีกมากมาย ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ในอนาคตหากมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจึงควรมีการนำเอาปัจจัยอื่นๆ มาทำการศึกษาร่วมด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมิติมากขึ้น

2. งานวิจัยชิ้นนี้ควรมีการพัฒนาให้เป็นงานวิจัยคุณภาพได้ในอนาคต อาจศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการบริหารงานในระดับผู้บริหารลงลึกถึงแนวนโยบายขององค์กร เพื่อวิเคราะห์ทิศทางให้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกลุ่มประชากรที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกขึ้น

แหล่งอ้างอิง

- ปรีชา เทชนอก. (2563). จับตาพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคหลังโควิด สินค้าอะไรขายดี-ผู้บริโภคกลุ่มใดซื้อของเพิ่มขึ้น. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-579113>
- พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2559). ราคาประเมินค่า ก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2559. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://thairealestate.org>
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2552). ออกแบบเครื่องมือวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- วิมลรัตน์ ดาวกลาง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ ในจังหวัดปทุมธานี. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ *Journal of Economics and Management Strategy* ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2559 หน้า 31 – 39
- เอกรัฐ วงศ์ระกุล. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ.