

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ มีจำนวนทั้งสิ้น 7,991 บัญชี ผลระดัความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ขนาดตัวอย่าง 390 ราย การคัดเลือกตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้ ใช้วิธีการคัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากลูกค้าธนาคารที่มาติดต่อ ณ ที่ทำการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม ทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม 2550 แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### สรุปผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาศัยอยู่ในช่วงระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ และรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท
2. ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการในด้านสินเชื่อ พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านสินเชื่อซื้อที่ดินหรืออาคาร และไม่ต้องการใช้บริการสินเชื่อเพิ่มเติม ใช้บริการต่ำกว่า 2 ครั้ง ใน 1 เดือน ระยะเวลาในการติดต่อแต่ละครั้ง 5-15 นาที และส่วนใหญ่ชำระหนี้โดยการหักเงินเดือนจากต้นสังกัด
3. ผลการวิเคราะห์ความสำคัญปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านพนักงาน ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.43$ ) แต่เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.80$ ) ด้านพนักงาน ( $\bar{X} = 3.70$ ) และด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.65$ ) มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่เจ็ยทางการตลาดของผู้ให้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพลันธุ์ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของวงเงินกู้ร้อยละ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 68.61 ด้านราคาในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยสูง 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.94 ด้านสถานที่ในเรื่องของที่จอดรถไม่เพียงพอ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 48.38 ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของไม่มีโปรโมชั่นสัมพันธ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 46.05 ด้านพนักงานในเรื่องของมีพนักงานน้อย 29 คน คิดเป็นร้อยละ 59.18 ด้านหลักฐานทางกายภาพในเรื่องของอุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย 16 คน คิดเป็นร้อยละ 94.12 ด้านกระบวนการในเรื่องของเงื่อนไขขึ้นตอนยุ่งยากอนุมัติล่าช้า 56 คน คิดเป็นร้อยละ 100

5. ผลการวิเคราะห์ ข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 390 คน พบว่า ต้องการให้ติดตั้งระบบคิวในการรอใช้บริการ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 14.59 ให้เพิ่มประเภทการกู้ นอกจากสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 27.31 ให้สามารถใช้บริการลดค่าประกันสินเชื่อได้ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 17.61 ให้สามารถใช้เงินฝากค้ำประกันในการกู้หรือเพิ่มวงเงินกู้ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 17.09 ควรเพิ่มจำนวนเท่าของวงเงินกู้จากฐานรายได้ปัจจุบัน จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 22.51 และด้านอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 0.89 ตามลำดับ

## อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพลันธุ์ มีประเด็นสำคัญที่ควรดำเนินการอภิปรายผล ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพลันธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาศัยอยู่ในช่วงระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ และรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท

## 2. ข้อมูลการใช้บริการในด้านเงินเชื่อที่อยู่อาศัย

พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านสินเชื่อซื้อที่ดินพร้อมอาคาร ไม่ต้องการใช้บริการสินเชื่อเพิ่มเติม ใช้บริการต่ำกว่า 2 ครั้ง ระยะเวลาในการติดต่อ 5-15 นาที และส่วนใหญ่ชำระหนี้โดยการหักเงินเดือนจากต้นสังกัด

## 3. การวิเคราะห์ ระดับความสำคัญปัจจัยด้านการตลาด ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.43$ ) ผลการศึกษาสอดคล้องกับการวิจัยของ ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามความสำคัญของ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ เป็นรายด้าน พบว่า

- 3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
- 3.2 ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.3 ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.5 ด้านพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
- 3.6 ด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.7 ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

## 4. ผลการวิเคราะห์ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ เป็นรายด้าน พบว่า

- 4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของวงเงินกู้ยืม
- 4.2 ด้านราคา ในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยสูง
- 4.3 ด้านสถานที่ ในเรื่องของที่จอดรถไม่เพียงพอ
- 4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของไม่มีการประชาสัมพันธ์
- 4.5 ด้านพนักงาน ในเรื่องของมีพนักงานน้อย

4.6 ด้านหลักฐานทางกายภาพ ในเรื่องของอุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย

4.7 ด้านกระบวนการ ในเรื่องของเงื่อนไขขั้นตอนยุ่งยากอนุมัติล่าช้า

#### 5. ผลการวิเคราะห์ ข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาคเหนือ ส่วนใหญ่มีความต้องการให้เพิ่มประเภทการกู้ นอกจากสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รองลงมาคือ ควรเพิ่มจำนวนเท่าของวงเงินกู้จากฐานรายได้ปัจจุบัน และให้สามารถใช้บุคคลค้ำประกันสินเชื่อได้

#### ข้อเสนอแนะ

##### 1. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสรุปเป็นแนวทางปรับปรุงในการให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้ดังต่อไปนี้

1.1 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาคเหนือ ต้องการให้ติดตั้งระบบบัตรคิวในการรอใช้บริการ

1.2 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

1.2.1 ให้เพิ่มประเภทการกู้ นอกจากสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อให้ลูกค้าได้ทำธุรกรรมด้านสินเชื่อที่ครบวงจรในสถานกั้นการเงินแห่งเดียวกัน

1.2.2 เพิ่มจำนวนเท่าของวงเงินกู้จากฐานรายได้ปัจจุบัน เพื่อให้สามารถกู้เงินได้เพิ่มมากขึ้น

1.2.3 ให้สามารถใช้บุคคลค้ำประกันสินเชื่อได้

1.2.4 สามารถใช้เงินฝากค้ำประกันในการกู้หรือเพิ่มวงเงินกู้

##### 2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยตลาดบริการที่ความล้มเหลวกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาคเหนือ เพื่อให้ทราบว่าในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เกิดจากปัจจัยตลาดในด้านใดบ้าง