

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การมีบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองนับเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของประชาชน นอกจากนี้จะช่วยให้อุปครัวมีความมั่นคงในการอยู่อาศัย และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้สูงขึ้นแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจการก่อสร้างให้เกิดการขยายตัวและการก่อสร้างยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากก่อให้เกิดการจ้างงาน ยังส่งผลให้การขยายตัวของอุตสาหกรรมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง การพัฒนาที่อยู่อาศัย เป็นหน้าที่ขององค์กรภาคเอกชน และภาครัฐ ที่จะยังต้องร่วมมือกันขจัดความขาดแคลนที่อยู่อาศัยให้หมดสิ้นไป รวมถึงจากองค์กรต่างๆ และสถาบันการเงินต่างๆ จะต้องให้ความร่วมมือและสนับสนุนการพัฒนาที่อยู่อาศัยอย่างจริงจัง จึงจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ (ธนาคารอาคารสงเคราะห์. 2550 : 5) จะเห็นได้จากหลายปีที่ผ่านมารัฐบาลไทย ได้ตระหนักถึงความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้มีความจำเป็นต้องมีบ้านที่อยู่อาศัยและถูกละเลย ซึ่งมีจำนวนมากในประเทศไทย จากตัวเลขสถิติล่าสุดแสดงให้เห็นว่าในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพฯ เมืองหลวงของประเทศนั้นมีประชากรมากกว่า 243,000 ครอบครัว อาศัยอยู่ในชุมชนแออัดและแหล่งเสื่อมโทรม

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ถือเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนรัฐบาลในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบาย นอกเหนือจากการจัดหาบริการสินเชื่อใหม่ๆ แล้ว ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ยังช่วยพัฒนาโครงสร้างและกลไกด้านกฎหมายที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนแออัดและแหล่งเสื่อมโทรม ให้ได้รับสิทธิที่ถูกต้องตามกฎหมาย ในการดำเนินงานตามบทบาทของสถาบันการเงินเฉพาะกิจด้านสินเชื่อ ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีหน้าที่มากกว่าเป็นเพียงผู้ให้กู้เท่านั้น แต่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเจริญเติบโตในภาคอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาวที่มั่นคงอีกด้วย ในปี 2548 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้กำหนดเป้าหมายการให้สินเชื่อในปี 2548 ไว้เป็นจำนวน 99,000 ล้านบาท ธนาคารปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยใหม่ได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 130 พันล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายเป็นเงิน 30,635 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.94 และเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2547 จำนวนสินเชื่อเพิ่มขึ้นเป็นเงินจำนวน 25,255 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.19 จากสถานการณ์เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ไม่เคยเป็นมาก่อน และเนื่องจากเป็นสถาบันที่มีผู้ถือหุ้นใหญ่เพียงรายเดียวคือ กระทรวงการคลัง ดังนั้นจึงต้องมองหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกเข้ามาเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับ

การขยายตัวทางด้านการเงินเชื่อ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในปัจจุบัน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์. 2549 : 18-19)

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพาณิชย์ ถือเป็นหน่วยงานที่ให้บริการประชาชนในการให้บริการฝากเงิน สินเชื่อด้านที่อยู่อาศัย เพื่อการบริการที่หลากหลายการให้บริการจึงมีองค์ประกอบที่เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างออกไป มีความหลากหลาย การจัดการทางการตลาดของการบริการนี้จะต้องผสมผสานกัน จนไม่อาจจะแบ่งแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนขึ้นอยู่กับแต่ละบริการประกอบด้วย 7P's ของบริการที่ต้องสอดคล้องประสานกันอย่างดีจึงจะได้ประสิทธิผล อันได้แก่

- 1) ด้านสินค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และแข่งขันได้ดีเมื่อเทียบกับบริการของคู่แข่ง
- 2) ด้านราคา จะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปกับการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกรังเกียจทางด้านร่างกายและจิตใจ ที่อาจออกมาในแง่ลบ ความไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหมายไว้
- 3) สถานที่ ที่ให้บริการ และเวลาที่สะดวกรวดเร็วจากการได้รับบริการ โดยผ่านทาง อีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ก็ได้ เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการเป็นปัจจัยสำคัญ
- 4) การส่งเสริมการขายและการสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารการตลาดที่ดี ซึ่งมีบทบาทในการให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ชักชวนให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับ ตลอดจนกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อบริการเร็วขึ้น แต่หลักการสื่อสารการตลาดของการบริการมักจะเน้นที่การให้ความรู้กับลูกค้าเกี่ยวกับบริการนั้นๆ ว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้าง เมื่อใดจึงควรจะใช้จะหาได้ที่ไหน และจะต้องทำอย่างไรบ้างในการมารับบริการนั้นๆ
- 5) พนักงานผู้ให้บริการ และลูกค้า ต้องมีส่วนร่วมในงานบริการร่วมกัน ขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ได้
- 6) เกิดความประทับใจจากสิ่งที่เห็น มีส่วนในการช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า บริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ได้แก่ อาคารสำนักงานสถานที่ที่ให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม
- 7) กระบวนการออกแบบบริการ เป็นการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ แต่ถ้าขั้นตอนการออกแบบบริการไม่ดีพอก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไร้ราคา หรือทำให้ลูกค้าไม่พอใจ จนทำให้เลิกใช้บริการไป ผู้บริหารของธนาคารจะต้องมีการทบทวนการให้บริการกับลูกค้าไม่ควรไปลดต้นทุนการบริการลง ทำให้คุณภาพการบริการแย่ลงไปด้วย คุณภาพที่ไม่ดีจะทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และไม่ใช้บริการซ้ำอีก

จากที่กล่าวมาข้างต้น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในฐานะสถาบันการเงินภาครัฐที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกที่อยู่อาศัยให้แก่ประชาชนทั่วไป ได้มีบทบาทสำคัญในการร่วมมือแก้ไข พื้นฟูอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งได้มีการจัดทำโครงการเพื่อส่งเสริมความรู้และให้คำปรึกษา แนะนำแก่ประชาชนเกี่ยวกับการมีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ในการเลือกที่อยู่อาศัยและการบริการสินเชื่อให้สอดคล้องกับ กำลังซื้อ และการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น (ธนาคารอาคารสงเคราะห์. 2544 : 4) แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบัน

การอาคารสงเคราะห์ทุกสาขาโดยเฉพาะสาขาภาพสินธุ์ ต้องประสบปัญหาจากการขาดสภาพ
ในการดำเนินงาน สาเหตุเนื่องมาจากตลาดสินเชื่อมีแนวโน้มชะลอตัวลง โดยเกิดขึ้นจากปัจจัย
ประการ เช่น อัตราดอกเบี้ยที่ปรับสูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สถาบันการเงินมีการ
ขึ้นสูง การบริการของแต่ละองค์กรมีการแข่งขันกันมาก รายได้ประชาชนเท่าเดิมแต่ค่าครองชีพ
ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ประชาชนชะลอการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยออก
ก ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการทางการเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นอย่างยิ่ง
อาคารอาคารสงเคราะห์. 2550 : 5)

ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะเจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ จึงสนใจ
ศึกษา ปัจจัยตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้านาคาร
อาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ โดยจะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยว่าอยู่ในระดับใด และเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับ
ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และศึกษาแนวทางการพัฒนาให้บริการของธนาคาร ทั้งนี้ผลลัพธ์
จะเป็นข้อมูลในการกำหนดแผนกลยุทธ์ของธนาคาร ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและ
สร้างความประทับใจให้ลูกค้าอยู่กับธนาคารต่อไป เพราะลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้องค์กร ก้าว
ไปสู่ความเป็นเลิศในการบริการจัดการทางธุรกิจที่อยู่อาศัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของ
ลูกค้านาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับตลาดบริการที่มีผลกับการตัดสินใจใช้
บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้านาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัย มุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัย ลูกค้าที่มาขึ้นอยู่กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ โดยศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับตลาดบริการ กลยุทธ์การตลาด สำหรับธุรกิจให้บริการ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจธุรกิจบริการ คุณภาพการให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจ และกระบวนการจัดซื้อของผู้บริโภค

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ปี 2551 (ระหว่างเดือนมกราคม-เดือนกันยายน 2551) จำนวน 965 คน (ฝ่ายสินเชื่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์. 2551 : 5) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Taro Yamane ณ ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 283 คน และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีนับถลาก

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

3.1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย

3.1.1.1 เพศ

3.1.1.2 อายุ

3.1.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.1.4 อาชีพ

3.1.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1.1.6 ขนาดครอบครัว

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

3.2.1 ปัจจัยด้านตลาดบริการ ประกอบด้วย

3.2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

3.2.1.2 ด้านราคา

3.2.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3.2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2.1.5 ด้านพนักงานบริการ

3.2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

3.2.1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

4. ด้านระยะเวลา ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2551

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) หมายถึง ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาากาพินธุ์ เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง โดยมีวัตถุประสงค์ให้บริการทางการเงินด้านที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจร โดยคำนึงถึงนโยบายรัฐประโยชน์ของและสังคมและคุณภาพชีวิตของประชาชน

ลูกค้านินเชื่อ หมายถึง ลูกค้านินเชื่อที่มาติดต่อขอวงเงินนินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาากาพินธุ์

นินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง วงเงินให้กู้เพื่อนำเงินไปซื้อหรือปลูกสร้างที่พักอาศัย รวมทั้งการให้กู้เงินเพื่อชำระหนี้และไถ่ถอนจำนองอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อหรือปลูกสร้างที่พักอาศัย

การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของบุคคล หรือผู้บริโภคที่จะประเมินให้ได้มาซึ่งการบริการและการนินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยใช้ความรู้สึกนึกคิดทางอารมณ์ของบุคคล ประกอบด้วย ด้านตระหนักถึงความต้องการ ด้านการเสาะแสวงหาข่าวด้านประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังซื้อ ดังนี้

1. ด้านตระหนักถึงความต้องการ หมายถึง การกำหนดเป้าหมาย โดยผู้บริโภคมีความต้องการนินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงผลักดันให้มีความสนใจที่จะใช้บริการนินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

2. ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร หมายถึง ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นเร้าในการเสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันสูงและสินค้าที่จะตอบสนองอยู่ใกล้แค่เอื้อม ผู้บริโภคก็จะทำการซื้อ โดยการเสาะแสวงหาข่าวสารหาได้หลากหลายช่องทาง ประกอบด้วย จากแหล่งข่าวสารบุคคล แหล่งพาณิชย์ แหล่งสาธารณะ แหล่งที่เกิดจากความชำนาญ

3. ด้านประเมินทางเลือก หมายถึง เมื่อผู้บริโภคได้รับข่าวสารข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล และได้พิจารณาเลือกข้อมูลประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจใช้บริการนินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ผู้บริโภคจะทำการเลือกใช้บริการ

4. ด้านการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนการประเมินผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบผลิตภัณฑ์หรือตราหือ ในแต่ละตัวเลือก และสร้างความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการ

5. ด้านพฤติกรรมหลังซื้อ หมายถึง ความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อเจ้าของสินค้าหรือบริการหลังจากที่ผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเรียบร้อยแล้ว

ตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบของการวางแผนการตลาดในการทำการตลาดสินค้าหรือบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ประกอบด้วย สินค้า/บริการ (Product/Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution Channel) และกิจกรรมส่งเสริมการขาย

(Promotion) ผู้ให้บริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical Evidence) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง มีสินเชื่อหลายประเภทที่ให้บริการ มีหลักเกณฑ์และสัดส่วนวงเงินให้กู้ต่อหลักประกันที่สูงกว่าธนาคารอื่น

ด้านราคา หมายถึง อัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมีความเหมาะสม อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าธนาคารอื่นๆ อัตราดอกเบี้ยมีให้เลือกหลายแบบ ค่าธรรมเนียมการขอกู้ต่ำกว่าธนาคารอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการติดต่อ มีการให้บริการนอกสถานที่ มีช่องทางการรับชำระหนี้หลายช่องทาง มีบริการเว็บไซต์

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีการแจกของที่ระลึกในเทศกาลต่างๆ มีโครงการที่ให้บริการสำหรับข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท

ด้านพนักงานบริการ หมายถึง พนักงานสินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ให้คำปรึกษาแนะนำหรือการสอบถามข้อมูลต่างๆ มีความรู้ความสามารถในการบริการ และอัธยาศัยดีบริการรวดเร็ว

ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมีความเหมาะสม การบริการที่เท่าเทียมกัน ขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สถานที่และสำนักงานที่กว้างขวาง สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีเครื่องมืออุปกรณ์การทำงานที่ทันสมัยในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลจากการวิจัย ทำให้ทราบถึงปัจจัยตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาคเหนือ ทั้งนี้เพื่อนำมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด
2. ทำให้ทราบแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาปรับปรุง การให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. นำความรู้ ความเข้าใจที่ได้จากการวิจัย มาเป็นข้อมูลสำหรับนำเสนอผู้บังคับบัญชา ในการวางแผน วางกลยุทธ์ในการกำหนดนโยบายสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับลูกค้าทุกระดับ