

การจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย
ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Product management affecting the decision in choosing housing lone service of customers of
government housing bank in bangkok metropolitan region

นางสาวปวีณา มั่นคง¹ ดร.กรเอก กาญจนนาโกสิน²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 400 คน เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติสำหรับ การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อการจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยพบว่าภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.60) การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยพบว่าแตกต่างกันทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และด้านความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกปัจจัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ : การจัดการผลิตภัณฑ์, การตัดสินใจกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย, ธนาคารอาคารสงเคราะห์

¹ นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This independent study – the influence of loan product management over the decision making to take the housing loan of customers of The Government Housing Bank in Bangkok and its vicinity – aims to: (1) study the management of housing loan products of The Government Housing Bank in Bangkok and its vicinity; (2) study and compare the personal information of customers of The Government Housing Bank and the decision making to take the housing loan of customers of The Government Housing Bank in Bangkok and vicinity. This research is a quantitative study. The samples used in this study were 400 customers who visited The Government Housing Bank in Bangkok and its vicinity. The instrument used for data collection was a questionnaire. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The author conducts the t-test analysis, ONE-Way ANOVA, Pearson Correlation, and Regression Analysis.

The result reveals that the opinion of customers of The Government Housing Bank in Bangkok and its vicinity over the Bank's management of its housing loan product yielded the highest score ($\bar{X}=4.60$, S.D. = 0.60). The comparison between personal factors and the decision making to take the housing loan reveals that all factors were related, with the level of statistical significance of 0.05. In terms of the relationship between customers' opinions toward the Bank's management of loan products and their decision making to take the housing loan, the result reveals that all factors were related, with the level of statistical significance of 0.01

Keywords: product management, decision making to take the housing loan, The Government Housing Bank.

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์จำเป็นต้องมีที่อยู่อาศัยเพื่อเป็นหลักประกันที่มั่นคงและบ่งชี้ถึงคุณภาพชีวิตที่ดี อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2563 อุปสงค์ด้านความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคลดลง เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส (Covid-19) ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจชะลอการซื้อบ้านออกไป ทำให้ภาครัฐต้องออกมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ หลายประการ ในส่วนของสถาบันการเงินเองก็ต้องการออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค และออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อในรูปแบบที่หลากหลายที่ดึงดูดผู้บริโภคให้มาใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่อยู่อาศัยของตน

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในฐานะที่เป็นสถาบันการเงินของรัฐ มีภารกิจหลักในการช่วยผู้บริโภคให้สามารถเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวได้ ในโครงการของรัฐต่างๆ อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2564 นี้ คาดหมายว่า เศรษฐกิจของประเทศจะเริ่มฟื้นตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคจะกระเตื้องขึ้น ภาวะการแข่งขันในตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยจะกลับมารุนแรง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษา “การจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เพราะธนาคารอาคารสงเคราะห์นอกจากมุ่งที่จะดำเนินการพันธกิจของธนาคารคือการ “ทำให้คนไทยมีบ้าน” แล้ว ยังต้องรักษาความเป็นผู้นำในตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยเอาไว้ด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

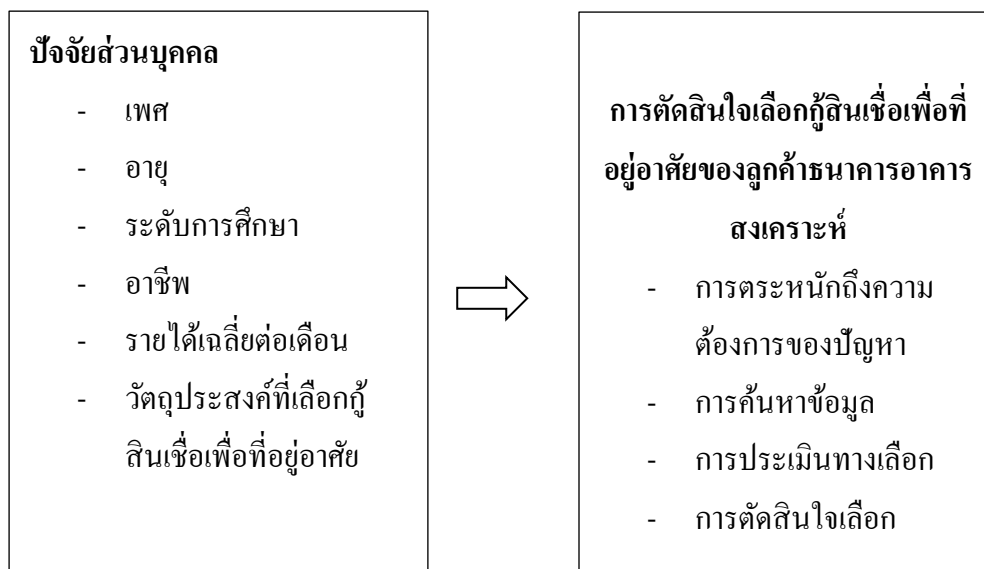
1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลครั้งนี้มี ขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

- 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์
- 1.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ครอบคลุมเฉพาะลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในสาขาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีระยะเวลาศึกษาอยู่ในช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 3 เดือน

นิยามศัพท์

การจัดการผลิตภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบรายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงต้องการใช้บริการสินเชื่อ จึงมีการค้นหาข้อมูล และประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ จากนั้นจึงตัดสินใจใช้บริการกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และมีพฤติกรรมหลังการซื้อคือ มีการใช้บริการกู้สินเชื่อที่อยู่อาศัยซ้ำ หรือแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการด้วย

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การจัดการผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นเหตุสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้และเพื่อเป็นแนวทางการศึกษาประกอบด้วย

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้านได้แก่ การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, หน้า 29)

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้านได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller 2006, p. 181)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจของผู้บริโภค (ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา, 2553, ผศ.ดร.ชลธิศ คาราวงษ์, 2558, วัลภา สรรเสริญ, 2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ และกระบวนการศึกษา โดยจะศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนค้นคว้ารายละเอียดต่างๆ จาก ตำรา เอกสาร วารสาร บทความวิชาการงานวิจัย รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อนำมาสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา และจัดทำแบบสอบถามให้มีความสัมพันธ์กับกรอบแนวความคิด พร้อมทั้งผลการวัดค่าความเที่ยงตรง (Validity) และคำนวณค่า IOC หรือค่าความสอดคล้องของแต่ละข้อ ของแบบสอบถาม

4. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) พบว่า ตัวแปรมีความสอดคล้องเท่ากับ 0.98 และทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลที่ได้มีค่า 0.98

5. การเก็บรวบรวมในการศึกษานี้ ทางผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล 2 ส่วนได้แก่

5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากการศึกษาค้นคว้า การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยรวบรวมข้อมูลจาก ตำรา เอกสาร วารสาร บทความวิชาการ งานวิจัย รวมถึงเว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างเครื่องมือวิจัย

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ทดสอบที การวิเคราะห์แบบสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.2 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 69.2 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 73.5 มีอาชีพทำงานในรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 46.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 55.2 และมีวัตถุประสงค์ในการเลือกกู้สินเชื่อเพื่อซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างร้อยละ 62.8

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของลูกค้านาคารอาหารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดการผลิตภัณฑ์สินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

การจัดการผลิตภัณฑ์สินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับความ ความคิดเห็น
ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์	4.60	.63	มากที่สุด
ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.64	.60	มากที่สุด
ด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	4.55	.69	มากที่สุด
รวม	4.60	.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของลูกค้านาคารอาหารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดการผลิตภัณฑ์สินค้าเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยพบว่า ภาพรวมลูกค้านาคารเห็นด้วยกับการจัดการผลิตภัณฑ์สินค้าเชื่อของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ระดับ \bar{X} = 4.60, SD = 0.62 โดยมากที่สุดเห็นด้วยกับด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ระดับ \bar{X} = 4.64, SD = 0.60 รองลงมาเห็นด้วยกับด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดที่ระดับ \bar{X} = 4.60, SD = 0.63 และเห็นด้วยกับด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดที่ระดับ \bar{X} = 4.55, SD = 0.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 2

แสดงปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของลูกค้านาคารอาหารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกกู้ที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน

ปัจจัย ส่วนบุคคล	การตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อที่อยู่อาศัย		
	F-test	Sig	ผลการศึกษา
เพศ	-3.95	.00	แตกต่างกัน
อายุ	21.45	.00	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	3.79	.00	แตกต่างกัน
อาชีพ	8.82	.00	แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัย ส่วนบุคคล	การตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัย		
	F-test	Sig	ผลการศึกษา
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24.03	.00	แตกต่างกัน
วัตถุประสงค์การกู้	79.14	.00	แตกต่างกัน

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า

เพศ ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน ตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน

อายุ ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน ตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐาน

ระดับการศึกษา ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐาน

อาชีพ ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐาน

รายได้ต่อเดือน ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ในการกู้เงินเชื่อ ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีวัตถุประสงค์ในการกู้เงินต่างกัน ตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกกู้เงินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ลูกค้ำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ตัดสินใจกู้เงินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยมีปัจจัยสำคัญมาจากความตระหนักถึงความต้องการมีบ้านเป็น

ที่อยู่อาศัยของตนเอง โดยปัจจัยที่นำมาพิจารณามากที่สุดได้แก่ เรื่องวงเงินสินเชื่อ ทั้งในส่วนของวงเงินสินเชื่อที่อยู่อาศัยและวงเงินสินเชื่อสำหรับการซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในบ้านพักอาศัยต่างๆ และการไม่บังคับทำประกันคุ้มครองวงเงินกู้ ผลการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับการศึกษาของเสรี บุรีเทพ (2546) ที่ทำการศึกษารื่องทางเลือกในการกู้เงินเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินของผู้ซื้อบ้าน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด รองลงมาคือการบริการของธนาคารและปัจจัยอื่นๆ และขัดแย้งกับผลการศึกษาของพิเชษฐ์ ชาติชีพ (2558) ซึ่งทำการศึกษารื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว ทาวเฮาส์ และอาคารพาณิชย์ในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า ปริมาณสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการบ้านเดี่ยวในจังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์กับการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรสา กิตยากุล (2547) ซึ่งทำการศึกษารื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยฝ่ายสินเชื่อบุคคลทั่วไป ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของปิยธิดา ศรีจันทร์ ซึ่งทำการศึกษารื่องพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย สาขานนทบุรี 3 บั้กลุ่มที่พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รายได้ส่วนใหญ่ประมาณ 30,001-40,000 บาท

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ทั้ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการเลือกกู้สินเชื่อล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของณิชาธิ์ ยิงวิริยะ (2547) ซึ่งทำการศึกษารื่อง การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ : กรณีศึกษาประเภททาวเฮาส์สองชั้น โดยพบว่า ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพของผู้ซื้อบ้าน ทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านทาวเฮาส์สองชั้นแตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษ อู่อรุณ (2550) ซึ่งทำการศึกษารื่องปัจจัยที่ใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการด้านสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุพรรณบุรี ที่พบว่า อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ำที่ต่างกันมีผลต่อ

ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ควรปรับปรุงในส่วนของระยะเวลาในการดำเนินการเกี่ยวกับสินเชื่อ ควรใช้เวลาสั้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยการลดจำนวนวันของการพิจารณาสินเชื่อให้สั้นที่สุด เพื่อมิให้ลูกค้ารอคอยผลการพิจารณาสินเชื่อนานเกินไป

2. ควรปรับปรุงในส่วนของเอกสารประกอบการยื่นขอกู้เงิน เนื่องจากการกู้เงินเพื่อซื้อบ้านพักอาศัย เป็นการกู้เงินจำนวนมาก เป็นที่เข้าใจได้ว่าลูกค้าต้องจัดเตรียมเอกสารประกอบการกู้ อันประกอบไปด้วยหลักฐานแสดงที่มาของรายได้ของลูกค้า แต่เพื่อให้การกู้เงินเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องขอเอกสารเพิ่มจากลูกค้าบ่อยครั้ง หรือทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการขอสินเชื่อจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ต้องจัดเตรียมเอกสารจำนวนมากและยุ่งยาก ดังนั้น ควรให้พนักงานธนาคารให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างละเอียดและชัดเจน เพื่อมิให้เกิดความยุ่งยากในการจัดเตรียมเอกสารของลูกค้าและมีความยืดหยุ่นมากที่สุด

3. ควรปรับปรุงในส่วนของรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ใช้บริการให้มากขึ้น

4. เพื่อให้ผลของการศึกษามีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในต่างจังหวัดด้วย เนื่องจากปัจจัยที่นำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของประชาชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอาจมีความแตกต่างจากประชาชนที่อยู่ต่างจังหวัด

5. ควรมีการศึกษาปัจจัยในด้านอื่นๆที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ดีมีความปลอดภัยสูง ความต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กอบกาญจน์ เจริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม. 2556.
- กฤษ อุ่อธณ. (2550). ปัจจัยที่ใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการด้านสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2558). การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธนาเพรส จำกัด.
- ณัฐ โอธนาทรัพย์. (2559). การจัดการผลิตภัณฑ์ (Product Portfolio Management : PPM). ค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2563 จาก <http://auisuke.blogspot.com/2016/06/product-portfolio-management-ppm.html>.
- ณิชารีย์ ยิ่งวิริยะ. (2547). การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ : กรณีศึกษาประเภททาวเฮาส์สองชั้น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (คณะบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไทยพีบีเอส. (2563). สปท. ย้ำ เกณฑ์กำกับสินเชื่อที่อยู่อาศัยยังจำเป็น. ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2563, จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/296307>.