

การใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์

The Use of Housing Loan Service of Government Housing Bank Customer

จักรพงษ์ แยมวิมล¹ ดร.ภัทราวุธ ฤทธิวัฒน์²
Jakkapong Yamvimol¹, Pattrawut Ruthirawat²

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า และ (2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มีบัญชีสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 395 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ, การแจกแจงความถี่ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานประกอบด้วยค่า T-test, F-test และทดสอบรายคู่ด้วย LSD โดยสถานที่ในการศึกษา คือ สาขาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในกรุงเทพมหานคร

สรุปได้ว่า ลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสวัสดิการที่ธนาคารมีข้อตกลงกับองค์กรหรือหน่วยงานของลูกค้ามากที่สุด และเมื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของลูกค้าพบว่า คุณลักษณะด้านที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันนั้นให้ความสำคัญกับบริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยประเภทของที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันนั้นให้ความสำคัญกับ ด้านช่องทางและด้านสถานที่ที่ธนาคารอาคารเปิดให้บริการ แตกต่างกัน ส่วนวงเงินสินเชื่อของลูกค้าที่ได้รับอนุมัติแตกต่างกันนั้นให้ความสำคัญกับ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมไม่แตกต่างกันและระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อที่ได้รับอนุมัตินั้นลูกค้าให้ความสำคัญ กับด้านดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุง และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และทันสมัยต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าจากนั้นควรมีการกระจายออกไปนอกพื้นที่ เพื่อศึกษาว่าผลที่ได้มีความแตกต่าง หรือสอดคล้องกันในด้านใดบ้างเพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดสินเชื่อในอนาคต

คำสำคัญ : การใช้บริการด้านสินเชื่อ, สินเชื่อที่อยู่อาศัย, ธนาคารอาคารสงเคราะห์

Abstract

Study Research to Use Customer service for Housing to Government Housing Bank. Purpose of this research to 1) Study on Housing Loan Service of Bank. 2) Study housing features to housing loan service of the Government Housing Bank. And 3) Study to Needs of Customers using Housing Loan Service. But research sample was customer with a Mortgage account for Bank 395 samples by Research tool questionnaire. But statistics with Descriptive analysis It consists of percentages, frequency distributions, mean, standard deviation. And Inference data consisted of T-test, F-test and LSD.

Conclusion : Customers of the Government Housing Bank to Focus on welfare Agreed with most organizations. and when to study of the housing of the customer found that the housing is different. Focus housing loan service to Government Housing Bank significant difference channel and property. but Approved credit difference is important. Interest rate and the fees do not differ. Credit repayment schedule approved Focus on interest. And fees different

Suggestions Government Housing Bank it should be educated about the customer satisfaction on the service to improve the study. And develop to be effective and modern to present circumstances. In order meet demand to customer, then should be distributed outside the area to compete in the credit market in the future.

Keywords : Credit services, Housing loan, Government Housing Bank

ความเป็นมาและปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต และเป็นพื้นฐานในการสร้างคุณภาพชีวิตโดยสังคมในปัจจุบันนิยมออกมาอยู่เป็นครอบครัวเล็กมากขึ้น ประกอบกับการย้ายถิ่นฐานของประชากรที่มีจำนวนมากขึ้นจึงส่งผลทำให้มีความต้องการที่อยู่อาศัยมากขึ้น ซึ่งจากความต้องการที่สูงขึ้นจึงส่งผลต่อราคาที่อยู่อาศัยที่ปรับตัวสูงขึ้นในทุกปีเห็นได้จากธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณ 5 - 10% เมื่อเทียบกับปี 2557 (สมาคมสินเชื่อที่อยู่อาศัย, 2558) โดยปี 2559 ราคาประเมินที่ดินในกรุงเทพมหานคร เฉลี่ยมีการปรับตัวสูงขึ้น 17 - 18% โดยเฉพาะที่ดินตามแนวรถไฟฟ้าปรับตัวสูงขึ้นถึง 75% ของราคาที่ดินปี 2558 (สมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร, 2559)

ปัจจุบันการแข่งขันด้านธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีความเข้มข้นมากขึ้น โดยธนาคารหลายแห่งเข้ามาแข่งขันในตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่องทั้งนี้เพราะแต่ละธนาคารต้องการยอดปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ได้ตามเป้าหมายจึงมีการปรับกลยุทธ์หันมาทำตลาดมากขึ้น ทั้งการเสนอโปรโมชั่นร่วมกับผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ และเน้นการขายฐานกลุ่มข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจมากขึ้น

แนวโน้มการเติบโตของสินเชื่อที่อยู่อาศัยคาดว่าจะเติบโตไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 10 (นายกสมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร, 2559) ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยเกื้อหนุนจากภาครัฐในการสนับสนุนมาตรการการเงิน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์จากนโยบายการปรับอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ และการออกมาตรการสินเชื่อเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย เช่น โครงการบ้านประชารัฐการพัฒนาถนน และการขนส่งคมนาคมที่สะดวกมากขึ้น จึงส่งผลทำให้เกิดแรงกระตุ้นความต้องการด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยลบทางเศรษฐกิจเป็นผลทำให้ราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นทำให้ราคาค่าก่อสร้างมีการปรับตัวขึ้นประมาณ 10-15% (สมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร, 2559) ส่งผลต่อกำลังซื้อที่ลดลงของประชาชนดังนั้นประชาชนที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยจึงพึ่งพาสินเชื่อจากสถาบันการเงินมากขึ้น

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจด้านที่อยู่อาศัยของรัฐบาลให้บริการรับฝากเงินและสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยมีวิสัยทัศน์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ คือธนาคารที่ดีที่สุดสำหรับการมีบ้านและพันธกิจของธนาคาร คือทำให้คนไทยมีบ้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่ให้บริการแก่ประชาชนประกอบด้วย สินเชื่อเพื่อก่อสร้างที่อยู่อาศัยสินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยพร้อมที่ดิน หรือห้องชุดในอาคารชุด, สินเชื่อเพื่อผ่อนที่อยู่อาศัยจากสถาบันอื่น, สินเชื่อเพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัยสินเชื่อเพื่อซื้ออุปกรณ์ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกสินเชื่อเพื่อชำระหนี้อุปกรณ์ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ฯลฯ

การเติบโตของสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในช่วงปี 2558 ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์บางแห่ง เช่น ธนาคารกรุงไทยฯ ที่มีสัดส่วนการเติบโตของสินเชื่อที่อยู่อาศัยสูงถึงร้อยละ 26.39 ในขณะที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์เติบโตเพียงร้อยละ 4.31 เท่านั้น นอกจากนี้ส่วนแบ่งในตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยธนาคารมีส่วนแบ่งในตลาดลดลงจากร้อยละ 44.70 เหลือเพียงร้อยละ 40.14 เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ยังคงไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งเห็นได้จากผลิตภัณฑ์สินเชื่อบางโครงการมีผู้สนใจเข้าร่วมไม่เต็มวงเงินที่วางกรอบไว้ หรือใช้เวลานานในการขายผลิตภัณฑ์ค่อนข้างนาน

นอกจากนี้ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ยังมีช่องทางการให้บริการที่ไม่หลากหลาย และยังไม่ตอบสนองต่อวิถีชีวิต (Lifestyle) ที่เปลี่ยนแปลงไปอาจเป็นเหตุทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงประกอบกับภาวะบีบขยับบังคับ

หลักเกณฑ์ต่างๆที่กำหนดขึ้น เพื่อควบคุมการดำเนินงานของธนาคารไม่ยืดหยุ่นอาจเป็นเหตุทำให้เสียเปรียบในการแข่งขัน

การศึกษาคั้งนี้จึงมุ่งศึกษา การใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อต้องการทราบความต้องการแท้จริงของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยใช้กรุงเทพฯเป็นสถานที่วิจัย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยมากที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งยังมีความหลากหลายทางคุณลักษณะทางประชากร และคุณลักษณะทางด้านที่อยู่อาศัยซึ่งสามารถเป็นตัวแทนลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ทั้งหมดได้

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้าที่มีบัญชีสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย กับ ธนาคารอาคารสงเคราะห์จำนวน 36,739 ราย (ปริมาณยอดลูกค้าสินเชื่อในกรุงเทพมหานคร ของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ณ สิ้นปี พ.ศ.2558)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e2 แทน ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (กำหนดเท่ากับ 0.05)

$$\text{แทนค่า } N = \frac{36,739}{1 + 36,739(0.05)^2}$$

$$n = 395$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 395 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 คุณลักษณะทางประชากรด้านกายภาพ ได้แก่ เพศ, อายุ และสถานภาพสมรส

1.2 คุณลักษณะทางประชากรด้านศักยภาพ ได้แก่ วุฒิการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.3 คุณลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ได้แก่ ประเภทของที่อยู่อาศัยที่ขอสินเชื่อ, วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ, ระยะเวลาผ่อนชำระสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ

2. ตัวแปรตาม คือ การบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ด้านดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียม, ด้านช่องทางการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านพนักงานที่ให้บริการด้านกระบวนการในการให้บริการด้านสถานที่ให้บริการ

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประเภทของที่อยู่อาศัยที่ขอสินเชื่อของลูกค้าส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 วงเงินอนุมัติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ลูกค้าได้รับอนุมัติส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามจำนวน 395 ชุด แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของลูกค้าแบ่งเป็น 3 ตอน ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด รวมทั้งหมดจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย แบ่งเป็น 7 ตอนซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดรวมทั้งหมดจำนวน 19 ข้อ โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความสำคัญต่อการใช้บริการ ค่า 1 – 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามตามสัดส่วนที่ได้จากการคำนวณในแต่ละสาขาของธนาคารฯ ในช่วงเดือน สิงหาคม – กรกฎาคม 2559

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมกับเนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ทำการพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาข้อคำถาม โดยใช้แปลเป็นค่าสถิติ เพื่อทดสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน (Cronbach, L. J. (1951) : 297-334) ดังนี้

- 1.1 ถ้าเห็นว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ 1 คะแนน
- 1.2 ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 0 คะแนน
- 1.3 ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้องไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ -1 คะแนน

การคำนวณด้วยค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance : IOC) สูตร $IOC = \frac{\text{คะแนนรวม}}{5}$

$IOC > 0.50$ แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีตรงตาม

$IOC < 0.50$ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความเที่ยงตรง และนำไปปรับปรุงแก้ไข

2. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 ชุด ทดสอบความเข้าใจของคำถามในแบบสอบถาม โดยแปลเป็นค่าสถิติเพื่อทดสอบโดยแปลเป็นค่า เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยเกณฑ์ยอมรับต้องมีค่ามากกว่า 0.60 เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นเพียงพอ (Cronbach, L. J. 1951 : 297-334)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยดำเนินการดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ, แจกแจงความถี่, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ T-test, F-test และทดสอบรายคู่ด้วย LSD
3. การแปลค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนในการวัดระดับความสำคัญในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย มาหาค่าพิสัย และหารด้วยอันตรภาคชั้นจะได้ระยะห่างของค่าระดับคะแนนจากนั้นแปลความหมายค่าเฉลี่ยจากการแบ่งระดับตามวิธีของเบสท์ (John W. Best. 1981 : 182) ดังนี้

4.50 – 5.00	ให้ความสำคัญ มากที่สุด
3.50 – 4.49	ให้ความสำคัญ มาก
2.50 – 3.49	ให้ความสำคัญ ปานกลาง
1.50 – 2.49	ให้ความสำคัญ น้อย
1.00 – 1.49	ให้ความสำคัญ น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 395 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว โดยมีวุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาโทซึ่งประกอบอาชีพเป็น ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจและมีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 45,001 บาทขึ้นไป ซึ่งประเภทที่อยู่อาศัยที่มาขอสินเชื่อ คือบ้านเดี่ยววงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่เกิน 3,000,000 บาท และระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อที่ลูกค้าได้รับอนุมัติจะอยู่ระหว่าง 26 – 30 ปี

2. ผลการศึกษาด้านบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารฯ รายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการลงมา คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติสูง

2.2 ด้านดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียม พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คืออัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำ รองลงมา คืออัตราค่าธรรมเนียมต่ำ

2.3 ด้านช่องทางการให้บริการพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางในการมาติดต่อสาขาของธนาคาร รองลงมา คือ ช่องทางการชำระเงินสะดวกหลายช่องทาง

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ สวัสดิการที่มีให้กับหน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งจากผลการศึกษาลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดรองลงมา คือ โปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ, ฟรีค่าธรรมเนียม

2.5 ด้านพนักงานของธนาคารพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือพนักงานธนาคารที่อำนวยความสะดวก ในการให้คำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหา รองลงมา คือพนักงาน มีความรู้ และเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดี

2.6 ด้านกระบวนการในการให้บริการพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การเข้าใช้บริการที่สะดวก, ง่าย และไม่ซับซ้อนรองลงมาคือ การทำธุรกรรมการเงินรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ

2.7 ด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี รองลงมา คือ การออกแบบสวยงาม สะดวกในการใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

คุณลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของลูกค้ำที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งน้อยกว่า 0.05

สมมุติฐานที่ 1 ประเภทของที่อยู่อาศัยที่ขอสินเชื่อของลูกค้ำ ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า ด้านประเภทของที่อยู่อาศัยที่ขอสินเชื่อของลูกค้ำที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐาน โดยเปรียบเทียบรายคู่ของประเภทของที่อยู่อาศัยที่ขอสินเชื่อของลูกค้ำ รายละเอียดดังนี้

ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า ที่อยู่อาศัยประเภทที่ลูกค้ำขอสินเชื่อประเภท บ้านเดี่ยว, บ้านแฝดและทาวน์เฮาส์ ส่งผลต่อด้านช่องทางการให้บริการ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ น้อยกว่า ที่อยู่อาศัยประเภท ห้องชุดในอาคารชุด

สมมุติฐานที่ 2 วงเงินอนุมัติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำ ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า ด้านวงเงินอนุมัติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย, ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านพนักงานของธนาคารที่ให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 3 ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ลูกค้ำได้รับอนุมัติ ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ลูกค้ำได้รับอนุมัติแตกต่างกัน ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้ำธนาคารอาคารฯ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียมด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านพนักงานของธนาคารที่ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมุติฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า

ด้านดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมพบว่า ลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อระหว่าง 26 – 30 ปี ส่งผลมากกว่าระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่ออื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อไม่เกิน 20ปี ส่งผลน้อยกว่าลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาระหว่าง 21 – 25 ปี และลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาระหว่าง 21 – 25 ปี ส่งผลน้อยกว่าลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาระหว่าง 26 – 30 ปี

ด้านพนักงานของธนาคารที่ให้บริการพบว่า ลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อไม่เกิน 20ปี ส่งผลน้อยกว่าลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาระหว่าง 26 – 30 ปี

ด้านสถานที่ให้บริการของธนาคารพบว่า ลูกค้ำที่ได้รับอนุมัติระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อระหว่าง 26 – 30 ปี ส่งผลมากกว่าระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่ออื่น

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของ ลูกค้ำธนาคารอาคารสงเคราะห์” พบว่า

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้ำธนาคารฯ โดยอภิปรายประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1.1 สมมติฐานที่ 1 ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าที่อยู่อาศัยลูกค้าของสินเชื่อประเภท บ้านเดี่ยวบ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ ส่งผลต่อด้านช่องทางการให้บริการ ของธนาคารฯ น้อยกว่า ที่อยู่อาศัยประเภท ห้องชุดในอาคารชุด อธิบายได้ว่าที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดส่วนใหญ่จะมีที่ตั้งอยู่ในเขตชั้นในของกรุงเทพฯ ซึ่งธนาคารอาคารสงเคราะห์ นั้นมีสาขาของธนาคารอยู่เป็นจำนวนมาก ประกอบกับสาขาของธนาคารฯ ที่มีอยู่ตามห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 – 19.00 น. ของทุกวันและให้บริการแม้ในวันหยุดราชการ ดังนั้นการติดต่อใช้บริการจึงมีความสะดวก ในขณะที่ที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์จะกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่เขตเมืองรอบนอก และปริมณฑล ซึ่งสาขาของธนาคารมีจำนวนน้อยกว่าโดยเปิดให้บริการในวันและเวลาราชการ คือวันจันทร์ – วันศุกร์ เปิดให้บริการตั้งแต่ เวลา 9.00–16.00 น.

1.2 สมมติฐานที่ 2 วงเงินอนุมัติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารฯ ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านพนักงานของธนาคารที่ให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการอธิบายได้ว่า การใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่มีมูลค่าวงเงินสูงลูกค้าจะพิจารณาถึงการส่งเสริมการตลาด และสิทธิประโยชน์พิเศษที่จะส่งผลต่อการอนุมัติวงเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำ และส่วนลดค่าธรรมเนียม ซึ่งปัจจุบันธนาคารฯ ได้จัดทำความร่วมมือจัดการส่งเสริมการตลาด กับหน่วยงานต่างๆ ทำให้ธนาคารมีผลิตภัณฑ์เฉพาะที่เหมาะสมกับพนักงานของหน่วยงานนั้นๆ ประกอบกับระบบการจัดการต้นทุนทางการเงินที่ดีทำให้สามารถคิดดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราต่ำ อีกทั้งธนาคารได้จัดทำโครงการความร่วมมือกับหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการสินเชื่อของธนาคารฯ ได้ง่ายขึ้นและมีสิทธิในวงเงินที่สูงขึ้น

1.3 สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ลูกค้าได้รับอนุมัติ ส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารฯ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียม, ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านพนักงานของธนาคารที่ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ อธิบายได้ว่า ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อจะส่งผลโดยตรงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียม โดยที่ระยะเวลาในการผ่อนชำระนานจะทำให้มูลค่าของสินเชื่อเมื่อรวมกับอัตราดอกเบี้ยแล้วจะสูง ซึ่งลูกค้าจะนำมาพิจารณาในการใช้บริการ

โดยเมื่อครบข้อกำหนดในสัญญาที่สามารถเปลี่ยนแปลงสัญญาได้ (Re-Finance) ค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนสัญญา ก็จะเป็นหนึ่งในข้อมูลที่จะใช้คำนวณร่วมด้วย และเมื่อลูกค้าที่มีระยะเวลาในการผ่อนชำระนานจะพิจารณาถึงการส่งเสริมการตลาดที่อาจจะได้สิทธิพิเศษร่วมกับหน่วยงานหรืออาจต้องการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในบางส่วนของสัญญาเช่น การขอปรับลดเงินงวด (กรณีชำระเงินงวดเกินเป็นจำนวนมาก) หรือการขอปรับอัตราดอกเบี้ย(กรณีลูกค้าทำสัญญาเป็นอัตราดอกเบี้ยคงที่ตลอดอายุสัญญา) เป็นต้นโดยพนักงานของธนาคารที่ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ นั้นเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากต้องสามารถพร้อมรองรับการมาติดต่อของลูกค้าได้ตลอดระยะเวลาการทำงาน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของ ธนาคารฯ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียม, ช่องทางการให้บริการ, การส่งเสริมการตลาด, พนักงานที่ให้บริการ, กระบวนการในการให้บริการ, สถานที่ให้บริการ รายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการใกล้เคียงกับ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติสูง ทั้งนี้เพราะความต้องการขั้นต้นของลูกค้าในการขอสินเชื่อคือ วงเงินในการอนุมัติสินเชื่อ แต่สิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ คือ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่ธนาคารกำหนดไว้ ซึ่งในความเป็นจริงวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติจะอ้างอิงจากราคาประเมินหลักประกันหรือราคาในสัญญาจะซื้อจะขายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวารสาร วารุณเคราะห์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพฯ สุขทวี ของ

ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)” ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าด้านจำนวนวงเงินกู้ และระยะเวลาการกู้

2.2 ด้านดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียม พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยต่ำ เนื่องจากดอกเบี้ยเงินกู้ถือเป็นต้นทุนหลักทางการเงินในการขอสินเชื่อ ที่ลูกค้าต้องรับภาระตลอดสัญญา กู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกรัตน์ วงศ์วีระกุล(2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการวิจัย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำ

2.3 ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางในการมาติดต่อสาขาของธนาคารเนื่องจากปัจจุบันความสะดวกนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากในธุรกิจบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อังคณา อ้นมณี (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง“พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน” พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสินเหตุผลสำคัญที่สุดในการใช้บริการเนื่องจากอยู่ใกล้ บ้านที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับสวัสดิการที่มีให้กับหน่วยงาน หรือ องค์กร เนื่องจากธนาคารจะให้สิทธิพิเศษให้กับลูกค้า เช่น ดอกเบี้ยในอัตราต่ำกว่ามาตรฐาน และ/หรือ อำนวยความสะดวกในการผ่อนชำระโดยสามารถหักผ่านทางบัญชีเงินเดือนของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีต้นทุนในการใช้บริการสินเชื่อกุณลง และสะดวกไม่ต้องมาติดต่อเพื่อชำระเงินงวด ณ ลิ่นเดือน

2.5 ด้านพนักงานของธนาคาร พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญ กับพนักงานธนาคารที่อำนวยความสะดวกในการให้คำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหา เนื่องจากทำธุรกรรมสัญญานั้นเป็นสิ่งที่ต้องการความชัดเจน และถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ อินทรา ศุขสวัสดิ ฌอชญา. (2554)อ้างอิงจาก Payne Adrian. 1933) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งรวมถึงพนักงานขายพนักงานบริการและ บุคลากรที่ให้บริการหลังการขายนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิต และการบริการ โดยการให้บริการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดความแตกต่าง และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจบริการโดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือกพนักงานจากการฝึกอบรม, การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งและสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธินันท์ พิบูลย์ศักดิ์ โสภณ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)” พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรกรองลงมา คือ ปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการ

2.6 ด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการเข้าใช้บริการที่สะดวก ง่าย และไม่ซับซ้อน เนื่องจากความสะดวกในการขอใช้บริการสามารถจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

2.7 ด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับมีระบบรักษาความปลอดภัยเนื่องจาก การบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องนำเสนอให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนในรูปของสภาพแวดล้อมของสถานที่รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานปฏิบัติงานให้ลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษา การใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยงานวิจัยต้องการทราบความต้องการแท้จริงของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งผลจากการวิจัย พบว่า ความต้องการบริการเกี่ยวกับด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้านั้นมีความแตกต่างกัน

ในบางองค์ประกอบของบริการที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ นำเสนอให้กับลูกค้าโดยทางผู้วิจัยจึงขอเสนอความต้องการที่ต่างกัน ของคุณลักษณะทางประชากรด้านศักยภาพจำแนกตามอาชีพของลูกค้า และคุณลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านประเภทที่อยู่อาศัยรายละเอียด ดังนี้

1. อาชีพของลูกค้า

1.1 ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารซึ่งประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงาน รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์เกี่ยวกับ สวัสดิการที่มีให้กับ หน่วยงานหรือองค์กรที่ลูกค้าสังกัดอยู่ และระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการ

1.2 ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารซึ่งประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร เกี่ยวกับโปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษฟรีค่าธรรมเนียมและวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติสูง

1.3 ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารซึ่งประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารเกี่ยวกับสวัสดิการที่มีให้กับหน่วยงานหรือองค์กร ที่ลูกค้าสังกัดอยู่ และวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติสูง

2. ประเภทที่อยู่อาศัย

2.1 ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารที่ขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว ให้ความสนใจกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารเกี่ยวกับสวัสดิการที่มีให้กับ หน่วยงานหรือองค์กรที่ลูกค้าสังกัดอยู่ รองลงมาคือระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการ และการอนุมัติสินเชื่อเร็ว

2.2 ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารที่ขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยประเภท บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ ให้ความสนใจกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์เกี่ยวกับสวัสดิการที่มีให้กับ หน่วยงานหรือองค์กรที่ลูกค้าสังกัดอยู่ รองลงมาคือระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการ และการเข้าใช้บริการสะดวก, ง่าย และไม่ซับซ้อน

2.3 ลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารที่ขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยประเภท ห้องชุดในอาคารชุดให้ความสนใจกับบริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร เกี่ยวกับโปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษฟรีค่าธรรมเนียม รองลงมา คือวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติสูง และการเข้าใช้บริการ สะดวก, ง่าย และไม่ซับซ้อน

สรุป โดยจากผลการวิจัยจะสังเกตได้ว่านอกเหนือจากการที่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ใช้อัตราดอกเบี้ยต่ำ และวงเงินกู้ที่ธนาคารอนุมัติในการจูงใจลูกค้าแล้ว ธนาคารควรมุ่งเน้นเรื่องของระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการ และความสะดวกในการเข้าใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการแท้จริงของลูกค้าด้วย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนวคิดที่ได้จากงานวิจัยรายละเอียดดังนี้ (1) ธนาคารควรออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่มีระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อนานขึ้น เช่น สามารถผ่อนชำระเงินกู้ยาวนาน 40 ปี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามผลการวิจัยเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าใช้บริการสินเชื่อของธนาคารเนื่องจากธนาคารอนุมัติระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ตรงตามความต้องการ (2) ธนาคารควรทำข้อตกลงกับหน่วยงานหรือ องค์กร เพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เป็นลูกจ้าง/พนักงาน ของรัฐวิสาหกิจ (3) ธนาคารควรกำหนดที่ตั้งของสาขาของธนาคารให้อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และสะดวกในการเข้าถึง เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการติดต่อใช้บริการ (4) ในการขอใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารมีข้อกำหนดในการรับเอกสารคุณสมบัติของผู้กู้เพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขของธนาคารแต่หากธนาคารสามารถลดหย่อนบางเงื่อนไขได้โดยที่ธนาคารไม่ได้เสียผลประโยชน์แต่อย่างใดก็จะสามารถ

อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยพบว่าด้านกระบวนการในการให้บริการลูกค้าให้ความสำคัญกับการเข้าใช้บริการที่สะดวกง่าย และไม่ซับซ้อน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

หากมีผู้สนใจดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไปเห็นควรเป็นประเด็นต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุง และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และทันสมัยต่อสภาพการณ์ในปัจจุบัน
2. ควรมีการกระจายออกไปนอกพื้นที่เพื่อศึกษาว่าผลการวิจัยที่ได้มีความแตกต่าง หรือสอดคล้องกันในด้านใดบ้าง

เอกสารอ้างอิง

สมาคมสินเชื่อที่อยู่อาศัย. (2558). **สถานการณ์ สินเชื่อที่อยู่อาศัย และแนวโน้มปี 2559**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

สมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร. (2559). **ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปี2559**. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี

นายยกสมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร. (2559). **อสังหาริมทรัพย์ดัชนีหลักชี้เศรษฐกิจ ปี 2559**. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี

นิธินันท์ พิบูลย์ศักดิ์โสภณ, (2550). **ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)**. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรารัตน์ วรากุลนุเคราะห์. (2546). **ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพเคหะ สุขทวีของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อินทิรา สุขสวัสดิ์ ณ อยุธยา. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขานครปฐม จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

อังคณา อ้นมณี. (2550). **พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

เอกรัตน์ วงศ์วีระกุล. (2553). **ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

John W. Best. (1981) *Research in Education: 4 th ed.* New Jersey : Prentice – Hall Inc.

Taro Yamane. (1997). *Statistics : An introductory analysis.* 3rd ed. New York: Harper &Row.