

แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง
สำหรับผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท

Guidelines for increasing the home loan balance of Government Housing Bank, Rayong District For those who want to apply for a loan with an amount not exceeding 2.5 million baht

สร้อยญา กลมเกลี้ยง และ ศรีนยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Saranya Klomkiang and Sarinya La-ong-in Thayarnsin
The Thai Chamber of commerce Vibhavadi Rangsit Rd, Thailand
Corresponding Author, Email: saranya13.im@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง สำหรับผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 309 คน ตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้ใช้บริการขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตระยอง ของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจสินเชื่อบ้านกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อซื้อที่ดินพร้อมอาคาร สนใจบ้านเดี่ยว ระยะเวลาที่ธนาคารพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ 8-20 วัน ระยะเวลาในการขอกู้ 30 ส่วนใหญ่ประสงค์เลือกใช้บริการขอสินเชื่อ ที่สาขาสาขาระยอง เลือกใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพราะอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำสำหรับผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่ต้องการ ได้รับทราบข้อมูลอัตราดอกเบี้ยสำหรับสินเชื่อวงเงินขอกู้ไม่เกิน 2.5 ล้านบาทได้จากช่องทางจากบุคคลในครอบครัว / เพื่อน เลือกช่องทางใดในการชำระเงินค่างวดบ้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยชำระผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร Ghb All Gen และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท กับธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, S.D.= 0.47) และผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, S.D.=0.51)

* วันที่รับบทความ : 23 มกราคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 8 กุมภาพันธ์ 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 11 กุมภาพันธ์ 2567

Received: January 23, 2024; Revised: February 8, 2024; Accepted: February 11, 2024

คำสำคัญ: สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย; แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อบ้าน; ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This study To study guidelines for increasing the amount of home loans of Government Housing Bank, Rayong District. The study specifically targeted individuals who were in the process of applying for loans amounting to a maximum of 2.5 million baht. The results of our study indicated that a substantial proportion of participants were female, aged 26 to 35, unmarried, and possessed a bachelor's degree. A cohort of 309 participants reported being employed by private enterprises, and their respective monthly revenues varied between 25,001 and 35,000 baht. The behaviour of service users applying for home loans within the specified range at the Government Housing Bank in the Rayong area was illuminated through the data analysis. The participants conveyed a notable inclination towards securing a mortgage loan from the Government Housing Bank with the explicit intention of purchasing real estate, specifically individual residences. It was discovered that the mean loan approval duration ranged from 8 to 20 days, with an application period of 30 days. The loan application service at the Rayong branch of the Government Housing Bank was favoured by the majority of applicants on account of its appealing low-interest rates that were specifically designed to cater to the requirements of individuals with low to moderate incomes.

Keywords: Home Loans; Guidelines For Increasing Home Loan Balances; Marketing Mix

บทนำ

เมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2496 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล อุดุลยเดช ทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตรา “พระราชบัญญัติ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496” และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2496 ให้จัดตั้งธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ออส.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง เจตนารมณ์สำคัญในการจัดตั้ง “เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามควรแก่สภาพ” และได้มีพิธีเปิดธนาคารขึ้นในวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2496 ซึ่งถือเป็นวันเริ่มดำเนินการของธนาคารด้วย โดยใช้ตราสัญลักษณ์ “วิมานเกษม” ที่แสดงถึงบ้านที่ทำให้ครอบครัวมีความสุข อบอุ่น ร่มเย็น เปรียบประดุจทิพย์พิมาน

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากผลการดำเนินงาน จะเห็นได้ว่า สินเชื่อสำหรับผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ยังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ผู้ศึกษาจึงสนใจถึงสาเหตุของยอดสินเชื่อที่ลดลง โดยทำการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วงเงิน รวมถึงค้นหาแนวทางเพื่อนำไปปรับปรุงเพื่อให้ยอดสินเชื่อเป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง
3. เพื่อจัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษากลุ่มลูกค้าเดิมให้ใช้บริการต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพร่วมกัน โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

จำนวนประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้มาใช้บริการขอสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตระยองทั้ง 7 สาขา ดังนี้ สาขาจันทบุรี สาขาตราด สาขานิคมพัฒนา สาขาเซ็นทรัลระยอง สาขาบ้านฉาง สาขาระยอง และสาขาลวกแดง ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่สนใจขอสินเชื่อบ้านกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในปี 2566

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตร กรณีไม่ทราบประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกิน 5 % ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร Cochran (2007)

โดยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง รวม 385 คน

1. สาขาตราด จำนวน 11 คน
2. สาขาจันทบุรี จำนวน 30 คน
3. สาขาระยอง จำนวน 86 คน
4. สาขาลวกแดง จำนวน 69 คน
5. สาขาเซ็นทรัลระยอง จำนวน 72 คน
6. สาขาบ้านฉาง จำนวน 69 คน
7. สาขานิคมพัฒนา จำนวน 48 คน

รวม 385 คน

โดยจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามผู้วิจัยได้คำนวณจากเป้าหมายที่แต่ละสาขาได้รับตามสัดส่วน และคำนวณออกมาเป็นจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละสาขา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้จัดการสาขา และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น พนักงานสินเชื่อ ลูกค้าผู้มาขอสินเชื่อกับธนาคาร ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ พนักงานขายประจำโครงการ รวม 10 ท่าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ถึงปัญหาของยอดสินเชื่อที่ลดลง เพื่อเข้าใจและทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปี 2566 จากยอดสินเชื่อที่ปรับลดลงจากปีที่ผ่านมาในช่วงเวลาเดียวกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามซึ่งสร้างขึ้นมาจากแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ เป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตระยอง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท กับธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ

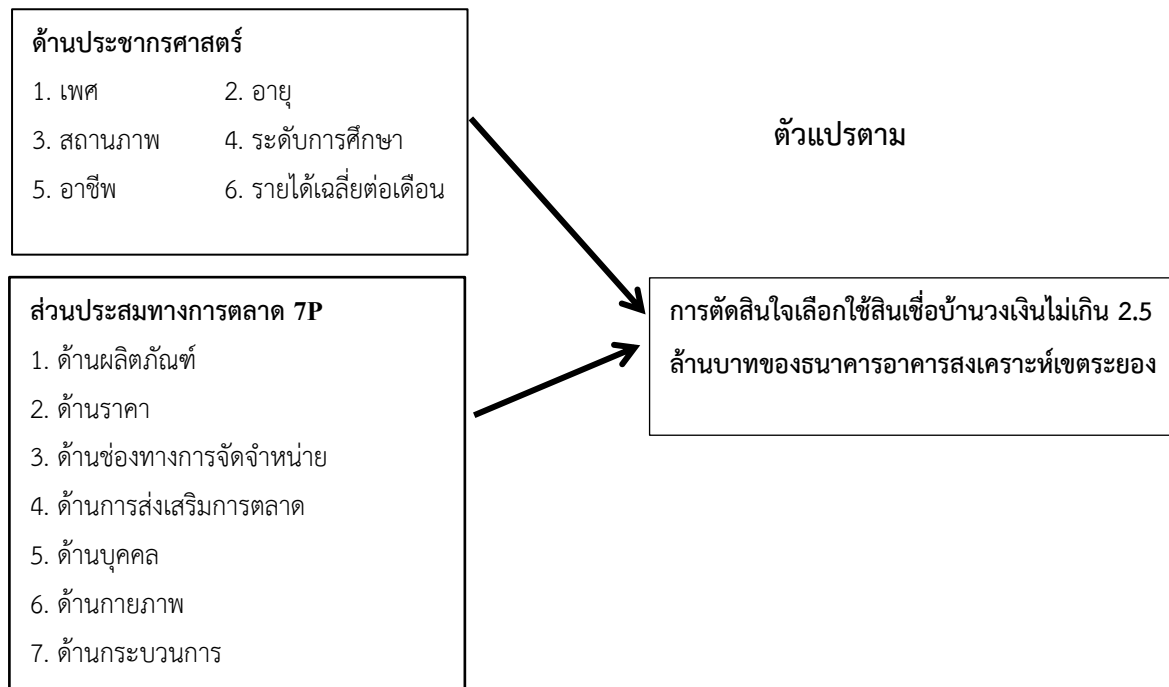
ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.61 มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 สถานภาพสมรส จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.91 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 80.26 ตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 62.86 รายได้ต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้ใช้บริการขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตระยอง ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจขอสินเชื่อบ้านกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 มีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อซื้อที่ดินพร้อมอาคาร จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.81 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจบ้านเดี่ยว จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.73 ระยะเวลาที่ธนาคารพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ 8-20 วัน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ระยะเวลาในการขอกู้ 30 ปี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 77.40 ส่วนใหญ่ประสงค์เลือกใช้บริการขอสินเชื่อ ที่สาขาสาขาระยอง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.34 เลือกใช้บริการของธนาคาร

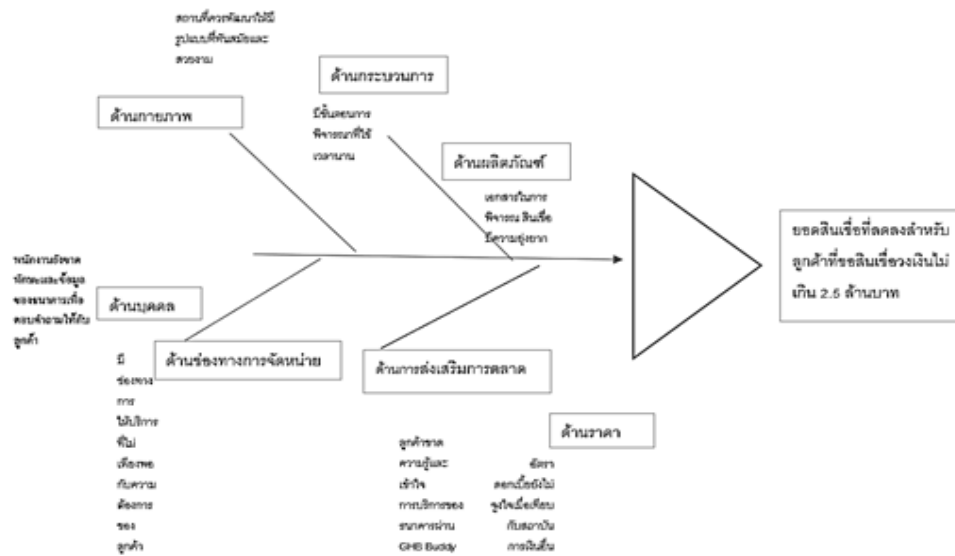
อาคารสงเคราะห์ เพราะอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำสำหรับผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่ต้องการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.51 ได้รับทราบข้อมูลอัตราดอกเบี้ยสำหรับสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทได้จากช่องทางจากบุคคลในครอบครัว / เพื่อน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.51 เลือกช่องทางใดในการชำระเงินค่างวดบ้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยชำระผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร Ghb All Gen จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท กับธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$, S.D.= 0.47) และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.05$, S.D.=0.68) รองลงมา ด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.92$, S.D.=0.49) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.91$, S.D.=0.61) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, S.D.=0.59) ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$, S.D.=0.54) ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.67$, S.D.=0.61) และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$, S.D.=0.76) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$, S.D. =0.51) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.97$, S.D. =0.55) รองลงมาการรับรู้ความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.97$, S.D. =0.66) การค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.93$, S.D. =0.58) การประเมินภายหลังการซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$, S.D. =0.59) และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$, S.D. =0.62) ตามลำดับ

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้นำผลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เป็นแผนผังก้างปลา ถึงสาเหตุที่สินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทลดลง โดยมีสาเหตุจากปัญหาต่างๆ 7 ด้านดังนี้



การวิเคราะห์แผนผังก้างปลา

จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่าแนวทางเลือกที่เสนอในการแก้ปัญหาโดยการกำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหา เป็นการกำหนดทางเลือกของสาเหตุและแนวทางในการแก้ไขปัญหายอดสินเชื่อที่ลดลงในปี 2566 ของผู้ที่ขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาทในเขตระยอง แนวทางที่ 1 แนวทางกลยุทธ์เชิงรุก สาขาควรออกตารางการหาลูกค้ากลุ่มลูกค้า โดยออกเยี่ยมโครงการ และประชาสัมพันธ์โครงการในแหล่งชุมชน เช่น ตลาดมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานราชการต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้เกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยและสิทธิที่ได้รับจากโครงการของธนาคาร งบประมาณที่ใช้ 3,000 บาท แนวทางที่ 2 ปรับปรุงการคุณภาพการบริการ โดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน และมีการจัดกิจกรรม เพื่อให้พนักงานได้แสดงความสามารถของตนเอง เกี่ยวกับทักษะและการให้บริการ เพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ประทับใจ งบประมาณที่ใช้ 4,000 บาท แนวทางที่ 3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยจัดงานเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับการธนาคาร เช่น มีการเล่นเกม แจกของรางวัลภายในงาน เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของธนาคารมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการหาข้อมูลของลูกค้าผู้มุ่งหวังที่จะมาใช้บริการกับธนาคารในอนาคต งบประมาณที่ใช้ 8,000 บาท

จากการประเมินทางเลือกทั้ง 3 ทาง ทางเลือกที่เหมาะสมและนำไปสู่การแก้ไขปัญหายอดสินเชื่อที่ลดลงได้แก่ แนวทางที่ 1 ซึ่งเป็นแนวทางกลยุทธ์เชิงรุก ที่มุ่งเน้นการออกตลาดหากกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยให้พนักงานของสาขาสลับหมุนเวียนกันออกหาลูกค้า เช่น การออกเยี่ยมโครงการต่างๆ การเข้าพบหน่วยงานที่ทำข้อตกลง MOU สำหรับการขอสินเชื่อบ้าน หรือ การออกประชาสัมพันธ์ อัตราดอกเบี้ยบ้านให้กับลูกค้าใน

แหล่งชุมชนต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารจากธนาคารอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเป็นการรักษาลูกค้าเดิมที่เป็นลูกค้ากับธนาคารอยู่แล้ว

สาเหตุที่เลือกแนวทางที่ 1 เนื่องจากเป็นการแก้ปัญหาที่ไม่กระทบการทำงานของพนักงาน ซึ่งจะไม่ส่งผลต่อยอดสินเชื่อของพนักงานรายคนที่ลดลง อันเนื่องมาจากการออกตลาดไปพบลูกค้า เนื่องจากจะมีการสลับหมุนเวียนเวรกันออกไปตามตารางที่ได้วางแผนการออกตลาดประจำเดือน และยังเป็นการประหยัดต้นทุนของธนาคารในการดำเนินงาน ที่ต้องสูญเสียไปกับการหาลูกค้าใหม่ เพียงแต่ต้องปฏิบัติตามแนวทางที่ 1 อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ลูกค้า และโครงการได้แจ้งข้อมูล หรือแจ้งถึงปัญหาของลูกค้าในด้านต่างๆ ส่งผลที่ดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มลูกค้าโครงการและหน่วยงานต่างๆ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา เรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตระยอง สำหรับผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงาน รายได้ต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนราธิป คุณาสวัสดิ์ (2564) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-40 ปี สถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 25,000 บาท ด้านส่วนประสมทางการตลาด(7P's) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ศึกษาทั้งหมด 7 ตัวแปร มีผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐานจำนวน 3 ตัวแปร แบ่งเป็นด้านราคา คือ ด้านการได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมต่างๆเกี่ยวกับการกู้ยืมการกระบวนกร คือด้านการพัฒนากระบวนการให้บริการและลดขั้นตอนการดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ด้านโปรโมชั่นต่าง ๆ สามารถกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการ

2. ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้ใช้บริการขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตระยอง ของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจขอสินเชื่อบ้านกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อซื้อที่ดินพร้อมอาคาร สนใจบ้านเดี่ยว ระยะเวลาที่ธนาคารพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ 8-20 วัน ระยะเวลาในการขอกู้ 30 ส่วนใหญ่ประสงค์เลือกใช้บริการขอสินเชื่อ ที่สาขาสาขาระยอง เลือกใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพราะอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำสำหรับผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่ต้องการ ได้รับทราบข้อมูลอัตราดอกเบี้ยสำหรับสินเชื่อวงเงินขอกู้ไม่เกิน 2.5 ล้านบาทได้จากช่องทางจากบุคคลในครอบครัว / เพื่อน เลือกช่องทางใดในการชำระเงินค่างวดบ้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยชำระผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร Ghb All Gen และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจใช้

บริการสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของเขมิกา ฉายวิเชียร (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อบ้านธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเทสโก้โลตัสพระราม 4 ผลการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้สาขาเทสโก้โลตัสพระราม 4 ไม่บรรลุเป้าหมายสินเชื่อ ปัญหาด้านบุคลากรไม่เพียงพอขาดทักษะด้านสินเชื่อไม่มีความเป็นมืออาชีพ ไม่มีการติดตามให้คำแนะนำ แก่ลูกค้าขาดการประสานงานกับ โครงการจัดสรรอย่างต่อเนื่อง การอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อและโครงการจัดสรรเปลี่ยนสาขาในการยื่นขอสินเชื่อ ทำให้ยอดสินเชื่อไม่เพิ่มขึ้น จนไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ดังนั้น สาขาจึงต้องให้ความสำคัญ กับการพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างบุคลากรให้เป็น Smart Professional นอกจากจะสร้างความน่าเชื่อถือของภาพลักษณ์องค์กรและยังเป็นการสร้างความประทับใจ ทั้งกับตัวลูกค้าและโครงการจัดสรรนำไปสู่การเพิ่มฐานลูกค้าและบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

3. ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท กับธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยองพบว่า โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, S.D.= 0.47)และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า **ด้านผลิตภัณฑ์** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.68) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเงื่อนไขการมีเงินงวดการผ่อนชำระที่เหมาะสมกับผู้ขอสินเชื่อ รองลงมา คือ เงื่อนไขของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม ความเหมาะสมของระยะเวลาในการผ่อนชำระ และเอกสารที่ใช้ในการพิจารณาขอสินเชื่อมีความเหมาะสม รองลงมา**ด้านกายภาพ**อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$, S.D.=0.49) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยระบบความปลอดภัยที่มีรับรองเช่น มี พนง.รักษาความปลอดภัย คอยดูแลลูกค้าที่มาใช้บริการ มากที่สุด รองลงมา มีแสงสว่าง อากาศในสาขาถ่ายเท ไม่ร้อนอบอ้าวเกินไป ภาพลักษณ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีความน่าเชื่อถือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ใช้ในสำนักงานที่มีความทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า เช่น แอลกอฮอล์ น้ำดื่ม กาแฟ เป็นต้น มีที่นั่งรอสำหรับการให้บริการอย่างเพียงพอ และ พื้นที่การให้บริการของสาขามีความสะอาด สวยงาม **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D.=0.61) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร มากที่สุด รองลงมา คือ ขอสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารได้เพิ่มความสะดวก และมีช่องทางให้ได้ศึกษาหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น และมีช่องทางการให้บริการลูกค้าที่หลากหลาย **ด้านราคา** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$, S.D.=0.59) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมีระยะเวลาขอกู้ที่ยาวกว่าส่งผลให้งวดผ่อนชำระรายเดือนต่ำ มากที่สุด รองลงมา คือ ได้รับสิทธิพิเศษเช่นฟรีค่าประเมิน ค่าจดจำนอง รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำสำหรับสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5

ลบ และมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น **ด้านบุคคล** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$, S.D.=0.54) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยพนักงานให้บริการของพนักงานมีความโปร่งใส ซื่อสัตย์ มีความเท่าเทียม มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม รองลงมา คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น ใส่ใจลูกค้าและพร้อมให้บริการเสมอ พนักงานสามารถตอบคำถาม แนะนำผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วนพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการและพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ **ด้านกระบวนการ** อยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.61) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย มีระบบการเช็คสถานะของสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง และมีระบบประมวลผลที่ถูกต้อง แม่นยำ เข้าใจง่ายและเชื่อถือได้ มากที่สุด รองลงมา คือ มีขั้นตอนการขอสินเชื่อที่ง่ายและรวดเร็วผ่าน Ghb all gen รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และ ขั้นตอนในการให้บริการของพนักงานมีรวดเร็ว และเอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก **ด้านการส่งเสริมการตลาด** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$, S.D.=0.76) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยท่านได้สิทธิแลกคะแนนผ่านแอป Ghb all กับร้านค้าที่ร่วมรายการ มากที่สุด รองลงมา คือ ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของธนาคารเช่น website, Facebook และประโยชน์ที่ท่านได้รับจากเทศกาลต่างๆเช่น โปรโมชันดอกเบี้ยต่ำ ท่านได้รับส่วนลดค่าจดจำนอง เพื่อเป็นการกระตุ้นธุรกิจอสังหา และสามารถเข้าถึงดอกเบี้ยของธนาคารผ่าน Line GHB Buddy ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วตา หุณนาลา (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยพบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการค่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยที่มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคาและช่องทางในการให้บริการ ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อบ้านวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$, S.D. =0.51) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า **การประเมินทางเลือก** อยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.97$, S.D. =0.55) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามท่านมีความเชื่อมั่นในธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารมีการบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ มาก รองลงมา คือ การให้บริการของพนักงานมีความโปร่งใส ซื่อสัตย์มีความเท่าเทียม และธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้รับความไว้วางใจสำหรับสินเชื่อบ้าน รองลงมา**การรับรู้ความต้องการ** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, S.D. =0.66) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามท่านต้องการอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านต้องการวงผ่อนชำระที่ต่ำ และท่านต้องการเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุน

การขอสินเชื่อ และท่านต้องการสินเชื่อสำหรับวงเงินไม่เกิน 2.5 ลบ. **การค้นหาข้อมูล** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$, S.D. =0.58) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารได้ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการตัดสินใจของผู้ที่สนใจสินเชื่อ มากที่สุด รองลงมา คือ ท่านสามารถเห็นผลิตภัณฑ์สำหรับวงเงินไม่เกิน 2.5 ลบ. ตามสื่อทั่วไป และท่านสามารถหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบดอกเบี้ยได้จากช่องทางต่างๆ **การประเมินภายหลังการซื้อ** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$, S.D. =0.59) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย คือ มีสาขาเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ มากที่สุด รองลงมา คือ เมื่อเจอปัญหาสามารถติดต่อที่สาขาหลังการได้รับการบริการ และสอบถามความพึงพอใจหลักการขอสินเชื่อเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และ มีการให้คำแนะนำหลังการขอสินเชื่อ **ด้านการตัดสินใจ** อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$, S.D. =0.62) และเมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย คือ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับมายาวนานกว่า 70 ปี รองลงมา คือ มีการช่วยเหลือลูกค้าในเรื่องค่าใช้จ่าย เช่น ฟรีค่าประเมิน ค่านิติกรรม และสามารถเข้าถึงการบริการได้หลากหลายช่องทาง ตามลำดับซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวาภรณ์ คูหา मुखและอริสรา เสงยานนท์ (2565) ศึกษาเรื่องแนวทางการตลาดเพิ่มยอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการขายประกันภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับเห็นด้วย คือ ด้านราคา รองลงมา ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทกิจการ รายได้กิจการต่อปี วงเงิน คุ้มครองสินเชื่อ เบี้ยประกันชีวิตมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) สาเหตุปัญหายอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธุรกิจที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้มาจากสาเหตุปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคาปัจจัยส่งเสริมการตลาด และปัจจัยพนักงาน และ 4) แนวทางการตลาดกลยุทธ์เชิงแก้ไขด้านกระบวนการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดนำไปใช้เป็นแนวทางการตลาดเพิ่มยอดขายประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตภูเก็ต โดยการแก้ไขกระบวนการหลังการขายประกัน และทุกกระบวนการใช้สื่อออนไลน์บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์เขตระยอง สำหรับผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อวงเงินไม่เกิน 2.5 ล้านบาท ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุง เอกสารที่ใช้ในการพิจารณาขอสินเชื่อมีความให้มีความเหมาะสม ลดขั้นตอนในการพิจารณาด้านเอกสารต่างๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรปรับปรุงและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินเชื่อของทางธนาคาร เช่น การขยายบูทในห้างสรรพสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการให้แก่ลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีอัตราดอกเบี้ยพิเศษในช่วงต้นปีเสนอให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการเพิ่มยอดสินเชื่อในช่วง ไตรมาสที่ 1-2 ด้านบุคคล ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมพนักงานให้พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ จำนวนของพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ และ พนักงานสามารถตอบคำถามแนะนำผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้ครบถ้วนและถูกต้อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เพิ่มจำนวนกลุ่มประชากรให้กว้างขึ้น เพื่อเก็บข้อมูลได้อย่างครอบคลุม
2. ศึกษาผลิตภัณฑ์ของสถาบันการเงินอื่นควบคู่กันไป ซึ่งในแง่ของการเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น ๆ ควรมีการสอบถามเกี่ยวกับการใช้สินเชื่อของธนาคารอื่น ๆ เพื่อได้พิจารณาว่ามีปัจจัยใดที่ธนาคารทำได้ดีอยู่แล้ว และปัจจัยใดที่ธนาคารอื่นดีกว่า เพื่อจะได้ทราบประเด็นที่ควรต้องปรับและพัฒนาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- แก้วตา หุนนาลา. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เขมิกา ฉายวิเชียร. (2564). แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อบ้านธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาทะเลโก้โลตัส พระราม 4. กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566). ข้อมูลทั่วไป. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2566. แหล่งที่มา: <https://www.ghbank.co.th/>
- นราธิป คุณาสวัสดิ์. (2564). การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคาร สงเคราะห์ ในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Cochran, W.G. (2007). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.