

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**The decision to choose the home loan service of the customers of the Government
housing Bank in the Bangkok Metropolitan Region**

วรรณิษา นพ

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

WANNISA NOP

E-mail : jib-dak-com@hotmail.com

Department of Management, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการในการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ (3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยในการวิจัยนี้ คือ ลูกค้าที่มาเสนินิติกรรมสัญญาหลังจากผ่านการอนุมัติสินเชื่อแล้วจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งจากการสำรวจผลวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรของรัฐ ระดับของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท

2. ปัจจัยการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือด้านสถานที่และการให้บริการ รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุด คือ ด้านราคา

3. ผลการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เมื่อพิจารณาความสำคัญเป็นรายระเอียดการให้บริการพบว่า การให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือพนักงานธนาคารตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำ ถูกต้อง ชัดเจน ทั้งก่อนและหลังการให้บริการ รองลงมา คือสถานที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ รองลงมาคือสามารถใช้บริการผ่าน Mobile Banking สะดวกและรวดเร็ว รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว เป็นกันเอง รองลงมาคือพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันและน้อยที่สุด คือช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม

คำสำคัญ : การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย,การตลาดบริการ

ABSTRACT

The research on the decision to choose the home loan service among the customers of the Government Housing Bank in Bangkok and its vicinity was a survey research. The objectives are as follows: (1) To study the demographic characteristics of GHB's mortgage loan service users (2) to study the marketing of housing loan service of the GHB (3) to study the decision of choosing to use loan services. Housing of GHB customers The population used in this research was 400 clients who signed the legal contract after the credit was approved. The statistics used in the research were percentage. Mean and standard deviation From a research survey found that

1. Personal information of the person involved in the decision to choose the home loan service of GHB customers In Bangkok and its vicinity Most of them are female. Age between 31-40 years of education, bachelor's degree, single status, occupation, civil servant / state enterprise / state enterprise employee Level of average monthly income 15,000-30,000 baht

2. Factors of Service Marketing in Deciding to Use Mortgage Loans of Government Housing Bank Customers In Bangkok and its vicinity When considering the opinions on each side, it was found that the aspects with the highest average were promotion and distribution, followed by location and service, followed by product. And the least is the price

3. The results of a study on the decision to choose the home loan service of the GHB customers In Bangkok and its vicinity When considering the importance of service details, it was found that the service that was the

most average. That is, the bank staff answers questions and gives clear and accurate advice before and after the service, followed by the appropriate location of the bank. Easy to contact Followed by a quick and convenient Mobile Banking service. Followed by employees who have knowledge, expertise, work with accuracy, speed, and friendliness, followed by employees who provide equal and minimal customer service. Is that the working hours are appropriate.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ที่อยู่อาศัย” ถือเป็นหนึ่งในสี่ของปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นสิ่งแรกที่แสดงถึงความมั่นคง การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและความปลอดภัยในการใช้ชีวิต ซึ่งปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ต้องการที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเยอะขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะธุรกิจที่อยู่อาศัย กลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ของการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศที่มีนโยบายภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุน ดังนั้นการเลือกใช้บริการสถาบันทางการเงินหรือการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยจึงเป็นสิ่งแรกและสิ่งสำคัญในการที่จะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยตามความต้องการให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยรายได้ของตนเอง

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นโดยกฎหมาย เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2496 เมื่อพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ได้ทรงมีพระบรมราชโองการ โปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรให้มีธนาคารอาคารสงเคราะห์ขึ้น “เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามควรแก่สภาพ” จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตรา “พระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ.2496” ขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภาผู้แทนราษฎร และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2496 ในการบริหารงานธนาคาร ได้รับเงินเป็นทุนประเดิมจากกระทรวงการคลัง เป็นเงิน 20 ล้านบาท จากเงินทุนที่กำหนดไว้ 500 ล้านบาท วันที่ 24 กันยายน 2496 จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้เป็นประธานประกอบพิธีเปิดธนาคารอาคารสงเคราะห์ จึงได้ถือเอาฤกษ์วันเปิดทำการนี้เป็นวันเริ่มดำเนินการ ต่อมารัฐบาลสมัยจอมพล ถนอม กิตติขจร ได้มีการออกประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 317 ประกาศ ณ วันที่ 13 ธันวาคม 2515 คณะปฏิวัติเห็นสมควรปรับปรุงกิจการธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้สอดคล้องและประสานกิจการของการเคหะแห่งชาติ เพื่อส่งเสริมการนำเงินไปลงทุนเกี่ยวกับการจัดให้มีอาคารและหรือที่ดิน ต่อมาพ.ร.บ.ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2549 ธนาคารได้มีการเพิ่มเติมในเรื่องของการให้สินเชื่อ โดยสามารถขยายวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น นอกจากการให้สินเชื่อเพื่อสิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่อยู่

อาศัย ยังให้รวมถึงสินเชื่อเพื่อซื้ออุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อที่อยู่อาศัย อาทิ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว เครื่องสุขภัณฑ์ ทั้งนี้ ธนาคารมีภารกิจหลักของธนาคารที่ชัดเจนในการส่งเสริมและช่วยเหลือด้านการเงินแก่ประชาชน ได้มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง และให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ลงทุน ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จำหน่ายให้แก่ประชาชนให้บริการรับฝากเงิน เพื่อระดมทุนมาใช้ในการให้บริการสินเชื่อ รวมทั้งให้กู้ยืมเงินเพื่อซื้อ เช่า สร้างอาคารบนที่ดินที่มีสิทธิการเช่า จัดตั้ง หรือตั้ง หรือรับเป็นตัวแทน ตัวแทนค้าต่าง และนายหน้าในกิจการตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร จนกระทั่ง พ.ร.บ.ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ธนาคารได้มีการเพิ่มเติมในเรื่องการออกและขายสลากออมทรัพย์ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยสามารถขยายวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนได้ครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของรัฐบาลในการลดความเหลื่อมล้ำ และช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับประเทศอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ของธนาคาร คือ “ธนาคารที่ดีที่สุดสำหรับการมีบ้าน” ได้ให้ความสำคัญของการเพิ่มสัดส่วนการปล่อยสินเชื่อตามผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารอย่างต่อเนื่อง เช่น การปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้กับลูกค้าสวัสดิการและลูกค้ารายย่อยในการซื้อห้องชุด, การปล่อยสินเชื่อเพื่อการซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าในตลาดอสังหาริมทรัพย์จึงเป็นเป้าหมายสำคัญของธนาคารผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งจะศึกษากลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของตนเอง เนื่องจากข้อมูลการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย ที่ปล่อยใหม่ในระบบ นั้นพบว่า ตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีการขยายตัวปรับเปลี่ยนทิศทางการบริหารจัดการตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าทั้งกลุ่มลูกค้าสวัสดิการและกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้น แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันหรือไม่ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 การตลาดบริการจำแนกออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

และส่วนที่ 3 เพื่อแสดงให้เห็นว่าปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยจะเป็นโอกาสเพื่อให้ผู้ที่สนใจศึกษาต่อหรือเพื่อผู้บริหารสามารถปรับใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จตามแผนการดำเนินงานขององค์กรและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงประเด็นมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์
2. เพื่อศึกษาการตลาดบริการในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ทางด้านวิชาการ สำหรับผู้ที่สนใจศึกษา เพื่อนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยครั้งต่อไป
2. ประโยชน์ทางการบริหารจัดการ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยของผู้บริโภคที่มีอำนาจต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย
3. ประโยชน์ของธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงฐานข้อมูลของลูกค้าในอดีตและปัจจุบัน เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจในอนาคตต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้จะเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดย การวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มาเช่นสัญญาการทำนิติกรรม ณ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ทั้งหมด ในเดือนธันวาคม 2563 เป็นกลุ่มประชากรที่ไม่แน่นอน ซึ่งใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) เป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่า สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด-ปลายเปิดและมาตรวัด 5 ระดับ โดยหาค่า และ S.D. เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์, การตลาดบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ตัวแปร

ตัวแปรอิสระในการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการให้บริการ และด้านการ

ส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแปรตามในการวิจัย ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตระยะเวลาในการทำวิจัย

การดำเนินการทำวิจัยในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2563 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีการตลาดบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการวิจัย

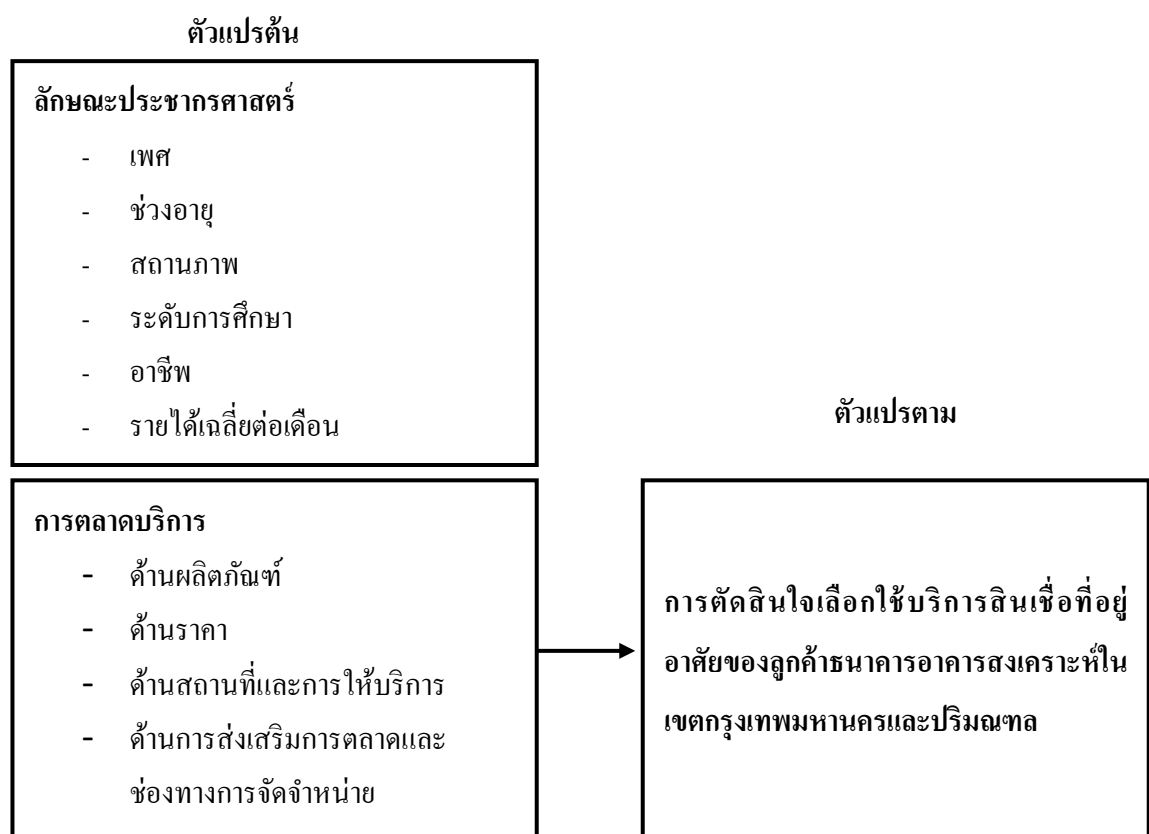
เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-39 ปี มีสถานภาพ สมรส / อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานที่ทำงาน อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือวงเงินกู้สูงสุดที่ธนาคารให้ได้ รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ความรวดเร็วในการดำเนินการ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ การสนับสนุนวงเงินอื่น ๆ การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร และสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นางสาวสุรัสวดี มีดวง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 อายุระหว่าง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.80 มี สถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 43.00 มี การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ

ละ 64.80 มีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน คิด เป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,000 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ยรองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ความรวดเร็วในการดำเนินการ ช่องทางในการชำระเงินงวด การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร และการสนับสนุนวงเงินอื่น ๆ ตามลำดับ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภณิษา ไพรพฤกษ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาดอนนสุขุมวิท ชลบุรี พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อบัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ด้านบุคลากร 2ด้านกระบวนการให้บริการ 3. ด้านการให้ความเชื่อถือ ตามลำดับ และปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยน้อยที่สุดคือ ด้านความมั่นคง

กรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นทางศึกษาสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดการกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยการใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ทางสถิติ

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงต้องกำหนดโดยการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Taro Yamana) (ศิริพงษ์ พุทธิพันธ์ : 2553) โดยการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวนการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อที่จะนำเอาข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อตอบปัญหาการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ งานวิจัย รวมไปถึงการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัย ซึ่งกรอบความคิดแสดงให้เห็นถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะอีกด้วย

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1.ความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาทดสอบโดยนำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความชัดเจนของภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

2.ความเชื่อมั่น (Reliability) ทดสอบโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) โดยการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (ประคอง กรรณสูตร : 2542) ก่อนที่จะไปเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และเมื่อได้แบบสอบถามคืนจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ใช้ความถี่ และค่าร้อยละในการวิเคราะห์ตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

$$\begin{aligned} \text{ร้อยละ} &= (X/N) \cdot 100 \\ &= \text{จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา} \\ N &= \text{จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา} \end{aligned}$$

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบาย ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่และการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

$$S.D. = \sqrt{\frac{(x-\bar{x})^2}{n-1}}$$

$$\begin{aligned} S &= \text{ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ X &= \text{ข้อมูล} \\ \bar{X} &= \text{จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา} \\ N &= \text{จำนวนผู้ประเมินทั้งหมด} \end{aligned}$$

1.3 ค่าเฉลี่ย คำนวณได้จากสูตร

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum X}{N} \\ \bar{X} &= \text{จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา} \\ N &= \text{จำนวนผู้ประเมินทั้งหมด} \end{aligned}$$

สรุปผล อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย การศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้วได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

1.สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรของรัฐ ระดับของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท

2. ปัจจัยการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยการตลาดบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และ ค่า S.D. เท่ากับ 0.612 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือด้านสถานที่และการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และน้อยที่สุด คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.32

3. ผลการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าระดับของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และค่า S.D. เท่ากับ 0.632 เมื่อพิจารณาเป็นรายระเอียดการให้บริการ พบว่า การให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือพนักงานธนาคารตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำ ถูกต้อง ชัดเจน ทั้งก่อนและหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือสถานที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือสามารถใช้บริการผ่าน Mobile Banking สะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว เป็นกันเอง มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และน้อยที่สุด คือช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

2. การอภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัย เรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรของรัฐ ระดับของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัสดา มีด้วง. (2558). ที่ได้ทำการวิจัยในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือด้านสถานที่และการให้บริการ รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุด คือ ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิสา ชัยสุรัตน์ (2537, หน้า 30-31) กล่าวว่า การตลาดบริการหรือส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ในการดำเนินธุรกิจทุกประเภทจะมีปัจจัยต่าง ๆ มากกระทบการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานทางการตลาด จะมีปัจจัย 2 อย่าง คือ ปัจจัยภายในของกิจการ (internal factors) ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการสามารถควบคุมให้เป็นไปตามนโยบายของกิจการ คือ ส่วนประสมการตลาด ปัจจัยภายนอก (external factors) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกิจการ ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น ต้องปรับปัจจัยภายในให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง คู่แข่งขัน วัฒนธรรม กฎหมาย และเทคโนโลยี

3. ผลการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เมื่อพิจารณาความสำคัญเป็นรายละเอียดการให้บริการ พบว่า การให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือพนักงานธนาคารตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำ ถูกต้อง ชัดเจน ทั้งก่อนและหลังการให้บริการ รองลงมา คือสถานที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ รองลงมาคือสามารถใช้บริการผ่าน Mobile Banking สะดวกและรวดเร็ว รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว เป็นกันเอง รองลงมาคือพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันและน้อยที่สุด คือช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไล จิระวัชร (2548: 6) ่าง

ใน เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553). ได้กล่าวว่าการตัดสินใจ หมายถึง การเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจาก หลายๆ ทางที่มีอยู่ โดยพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ต้องการ

4. ข้อมูลคำตอบจากแบบสอบถามปลายเปิดของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นการตอบคำถามที่มีความหลากหลายแต่สามารถที่จะสรุปเป็นใจความสำคัญได้ดังนี้

4.1 ควรมีการปรับการอนุมัติสินเชื่อในราคาที่สูงขึ้นและปรับขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อให้รวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์

4.2 ควรมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าคุ้นเคย และไว้วางใจในข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์

4.3 ควรมีการบริหารจัดการด้านการให้บริการสินเชื่อที่รวดเร็วตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย และจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่ออัปเดตความรู้และข้อมูลที่ตรงกันของพนักงานหน้าเคาน์เตอร์

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. สำหรับธนาคาร

1.1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ธนาคารควรพิจารณาอนุมัติสินเชื่อด้วย ความละเอียดรอบคอบ โดยมุ่งเน้นไปที่การควบคุมความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้หรือหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะผู้กู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำ การสนับสนุนสินเชื่อควรจัดสรรวงเงินที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับราคาหลักประกันและ/หรือราคา ซ้ำขาย ควรให้สัดส่วนสูงสุดร้อยละ 80-85 เพื่อให้ผู้บริการที่มีรายได้น้อยแสดงความพยายามที่จะมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยการสะสมเงินออมไว้เป็นเงินค่างวด และจะส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริการว่า บ้านหลังนี้ผู้กู้เป็นเจ้าของ ไม่ใช่ธนาคารเป็นเจ้าของ

1.2 ด้านวัตถุประสงค์การยื่นขอสินเชื่อ ควรมีการจัดโปรแกรมชั้นเรื่องอัตราดอกเบี้ย โดย ต้องคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงด้วย กล่าวคือ วัตถุประสงค์การยื่นขอสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านใหม่ควร มีการป้องกันความเสี่ยง โดยการศึกษาระดับทางการเงิน (Credit Bureau) การวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ของผู้บริการรายใหม่ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้บริการสามารถผ่อนชำระหนี้ได้ใน ระยะเวลา ในส่วนการรีไฟแนนซ์ ควรนำเสนอบริการที่ดึงดูดแก่ผู้บริการ โดยมุ่งเน้นดอกเบี้ยระดับต่ำ ทั้งนี้ธนาคารสามารถตรวจสอบประวัติการผ่อนชำระสินเชื่อเดิมได้ ทำให้ลดความเสี่ยงจาก ประวัติการเงินในระดับหนึ่ง อีกทั้งการ

รีไฟแนนซ์ที่ผู้ให้บริการได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำลง ส่งผลให้ จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระคืนต่อเดือนลดน้อยลงด้วย จะส่งผลให้ความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ให้บริการเพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของการยื่นขอสินเชื่อ เอกประสงค์ ผู้ให้บริการสินเชื่อควรมีการจัดระดับ ความเสี่ยงที่สูงกว่าการซื้อใหม่และการรีไฟแนนซ์ และให้วงเงินไม่สูงมากนัก เพราะการยื่นขอสินเชื่อในลักษณะนี้เป็นการยื่นขอสินเชื่อที่นำที่อยู่อาศัยที่ปลอดภาระแล้วมาเป็นหลักประกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะมี อายุสิ่งปลูกสร้างมากพอสมควร ผู้ให้บริการสินเชื่อควรมีประเมินมูลค่าโดยคิดลดค่าเสื่อมตามหลักการ 95 บัญชีด้วย เพื่อไม่ให้เกิดการประเมินมูลค่าที่มากเกินไป และการยื่นขอสินเชื่อในลักษณะนี้ผู้ให้บริการสามารถนำเงินที่ได้รับไปใช้ได้ตามความประสงค์ของตนเอง ซึ่งนำไปใช้ในทางที่ไม่สมควรอาจ ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการชำระหนี้คืนธนาคาร และการให้วงเงินที่สูงมากหากเทียบกับมูลค่า หลักประกัน จะมีโอกาสที่ผู้ให้บริการจะไม่ผ่อนชำระเงินกู้เพื่อปล่อยให้ธนาคารยึดที่อยู่อาศัยได้ เสมือนว่าขายฝากที่อยู่อาศัยไว้กับธนาคาร เพราะฉะนั้น ธนาคารจึงควรให้ความสนใจในการพิจารณาความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง

2. ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์

2.1 ด้านประเภทที่อยู่อาศัย ควรมีการพัฒนาลักษณะที่อยู่อาศัยจึงควรมีการนำเสนอ รูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะในเรื่องของประโยชน์ใช้สอย ควรมีการจัดสรรรูปแบบของที่อยู่อาศัยให้สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้มากที่สุด เช่น ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม ควรขยายหน้ากว้าง เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน หรือการขยายความสูงของเพดาน เพื่อให้เกิดการถ่ายเทอากาศมากขึ้น และการปลูกสร้างสิ่งปลูกสร้างไม่ให้แออัดจนเกินไป เป็นต้น

2.2 ด้านราคาที่อยู่อาศัย ควรมีการนำเสนอที่อยู่อาศัยที่มีราคาต่ำ เพื่อให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภค แต่การนำเสนอบ้านที่ราคาต่ำย่อมส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร ด้วย เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการควรมีการบริหารจัดการต้นทุนที่ดี เพื่อเพิ่มความสามารถในการ บริหารราคาขาย การควบคุมต้นทุน หมายถึง การจำกัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น การสต็อกวัสดุที่เหมาะสม การใช้วิธีจ้างเหมา โดยกำหนดค่าก่อสร้างตายตัวระหว่างผู้ประกอบการกับผู้รับเหมา หรือ การสร้างโครงสร้างบ้านแบบเดียวกัน เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด โดยอาจมีการสร้างความแตกต่างในการตกแต่งแทน ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า การควบคุมต้นทุน คือ การเลือกวัสดุที่ด้อยคุณภาพหรือลดความละเอียดในการทำงานแต่อย่างใด

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือจากผู้ที่ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์เขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่น ผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ สาขาต่าง ๆ เป็นต้น เนื่องจากหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อแต่ละธนาคารจะไม่เหมือนกัน ทำให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป และนำจุดแข็งของแต่ละด้านมาให้บริการอย่างครบถ้วน และปรับจุดด้อยของการให้บริการให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของ

ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ/หรือต่างจังหวัด

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย กับกลุ่มตัวอย่างอื่นนอกเหนือจากลูกค้าที่มาทำนิติกรรมสัญญา แต่เป็นกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ ที่มาทำนิติกรรม เช่น กลุ่มลูกค้าเปลี่ยนดอกเบี้ย ผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อขยายขอบเขตการศึกษา และเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จิตพิสุทธิ์ หงษ์จักร. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ป่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิรารัตน์ ปุณฺณฤทธิ. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเองส์ลีด ของผู้แทนจำหน่ายบริษัททูลุสกินเอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัดสาขากรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นัตยาพร เสมอใจ (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ขนาดใหญ่ การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ชานนท์ รุ่งเรือง. (2555). ช่องทางการจัดจำหน่าย. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2562 จาก

<https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/ บทที่-9-ช่องทางการจัดจำหน่าย>

ณิชากา บุญสังข์. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

นิเวียร์ วิชาวณิชทรัพย์ไวก์เศย์ ชีรัมย์. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยภา แดงเดช. (2557). องค์ประกอบของทฤษฎีการรับรู้คุณค่าของปัจจัยด้านราคา. ค้นเมื่อ

3 ตุลาคม 2562 จาก <https://aya55ake.wordpress.com/author/ aya55ake/page/2/>.

พัชชา ตีระศิเรก. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยว

ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.

พิมพ์พิศา สังข์สุวรรณ.(2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจก่อสร้างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคาแหง.

ภูตินันท์ อติทิพยางกูร (2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่าง ประเทศ.

- กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภาคภูมิ บุญประเสริฐ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.**
- ภณิษา ไพรพฤกษ์. (2560). **การตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขานนทบุรี ชลบุรี งานนิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.**
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อผู้สูงอายุ เอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.**
- สุรัสวดี มีด้วง. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินสำนักงานราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537, หน้า 30-31). **หนังสือหลักการตลาด สถานที่พิมพ์ :**
กรุงเทพมหานคร.(ภูมิบัณฑิตการพิมพ์,2543). ISBN : 99744321008.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- อมริกรรณ์ สมจริง (2558). **ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตเทศบาลนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาคั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.**
- เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. (2553). **ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ของพนักงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สารนิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.**
- Barnard. (1983). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดการเข้าพักอาศัย หรือการเช่าบริการอพาร์ทเมนท์ ในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร. การศึกษาคั่นคว้าอิสระ สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2555**