

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์ จัดว่ามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายเงินทุนจากผู้ออมหรือผู้เก็บเงินเพื่อไปสู่ ผู้ลงทุนที่มีความต้องการเงินเพื่อดำเนินกิจกรรมทางด้านธุรกิจหรือการอุปโภคบริโภคทำให้เกิดการหมุนเวียนในเศรษฐกิจขึ้นและนำไปสู่การพัฒนาและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากอดีตถึงปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์ มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการขยายสาขาดำเนินงานให้กระจายออกไปทั่วทุกพื้นที่ เพื่อความสะดวกและความเจริญจากเมืองใหญ่ไปสู่ประชาชนในทุกสาขาอาชีพทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทำให้เกิดการแข่งขันกันทางธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ซึ่งทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเจริญไปอย่างไม่หยุดยั้ง ธนาคารพาณิชย์จึงได้นำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อใช้แย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เสนอทางเลือก และวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่ทันสมัยให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และอำนวยความสะดวกในการใช้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ กลับมาใช้บริการกับธนาคารอีก

การให้บริการของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า ต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร เป็นสิ่งที่ธนาคารมีความคาดหวัง ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบัน สถาบันการเงินต่าง ๆ ต่างก็มีกลยุทธ์ ในการให้บริการ เพื่อก่อให้เกิดความเป็นเลิศ และมีจุดมุ่งหมายในเรื่อง ของการให้ลูกค้ามาใช้บริการต่าง ๆ ที่ธนาคาร เพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการเป็นตัวแทนขององค์กร มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก ในการให้ลูกค้าเกิดความพอใจและพร้อมที่จะสมัครใช้บริการ ด้านต่าง ๆ ตัวพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ต้องมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ การให้การต้อนรับ หรืออภัยข้อยกเว้น รวมถึงความกระตือรือร้น และการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ย่อมเป็นสิ่งที่คุณลูกค้าทุกท่าน มีความคาดหวัง ที่จะได้รับจากธนาคาร ทำให้เกิดมีความรู้สึกเชื่อถือและมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีจากองค์กร และจะส่งผลให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ เป็นไปด้วยดี

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านสินเชื่อ ที่อยู่อาศัย ของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีปัจจัยใดบ้างที่ควรจะต้องแก้ไขหรือปรับปรุง เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจ ในการใช้บริการ และทำให้ลูกค้า ใช้บริการกับธนาคาร ที่หลากหลาย มากยิ่งขึ้น

การให้บริการสินเชื่อเป็นธุรกิจที่สำคัญที่จะสร้างรายได้ให้ธนาคารพาณิชย์ และการให้สินเชื่อ ยังมีความสำคัญในการสนองความต้องการเงินทุนของธุรกิจ เงินที่ธนาคารพาณิชย์ให้สินเชื่อ นั้น ส่วนใหญ่ได้มาจากเงินฝาก ซึ่งธนาคารพาณิชย์มีพันธะต้องจ่ายคืน ดังนั้น ธนาคารจึงมีการปรับปรุงด้านการบริการ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่นมีการขยายตลาดสินเชื่ออย่างกว้างขวางเพื่อเพิ่มกำลังการลงทุนให้กับลูกค้า และเพิ่มรายได้ให้กับทางธนาคาร มีการเปิดสาขารูปแบบใหม่ในห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น เป็นต้น ซึ่งการปรับตัวเหล่านี้เพื่อเป็นการดึงดูดให้มีลูกค้ามาใช้บริการของธนาคารมากขึ้น นั่นเอง

บริการสินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัย เป็นบริการการกู้แบบมีกำหนด ระยะเวลา โดยผ่อนชำระเป็นรายเดือน เพื่อการซื้อที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านและที่ดิน ทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์ ห้องชุด ที่ดินเปล่า รวมทั้งการปลูกสร้าง ต่อเติมหรือปรับปรุงที่อยู่อาศัย และการรับโอนสินเชื่อที่อยู่อาศัย จากธนาคารหรือจากสถาบันการเงินอื่น โดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกันที่อยู่อาศัยที่ จำนองไว้เป็นหลักประกัน ลักษณะเด่นของบริการ ก็คือ เป็นบริการเงินกู้ที่คิดอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเงินกู้ประเภทอื่น และมีอัตราดอกเบี้ยพิเศษให้ลูกค้าเลือกตามโปรโมชั่นที่จัดให้ มีขึ้นในแต่ละช่วงเวลา

สภาวะและสภาพการณ์ ของ ธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยปี 2550 มีการชะลอตัว แต่สินเชื่อ จากธนาคารพาณิชย์ ขยายตัวสูงขึ้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ภาพรวมของยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยคงค้าง ณ ปี 2550 มีประมาณ 1,469,260 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.4 ชะลอลงจากที่ขยายตัวร้อยละ 10.7 ในปี 2549 แต่สำหรับธนาคารพาณิชย์มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น โดยยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยคงค้าง ณ ปี 2550 มีประมาณ 771,024 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 12.5 เพิ่มขึ้นจากที่ขยายตัวร้อยละ 9.7 ใน ปี 2549 ซึ่งหากพิจารณายอดคงค้างสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ ณ ปี 2550 มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นสูงกว่าระดับเฉลี่ยของสินเชื่อที่อยู่อาศัยทั้งระบบ สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะมาจาก การแข่งขันที่รุนแรงระหว่าง ธนาคารพาณิชย์ อาทิ การแข่งขันด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การลดค่าธรรมเนียม การออกผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยเป็นการผสมผสานผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นอัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อ เพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถในการผ่อนชำระของผู้ขอสินเชื่อ

แนวโน้มนโยบายสินเชื่อที่อยู่อาศัย ปี 2551 ชูอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมีการอนุมัติค้ำประกัน ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีความเห็นว่า ในช่วงครึ่งแรกของปี 2551 แม้คาดว่าจะมีปัจจัยสนับสนุนต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศ ที่คาดว่าจะบทบาทของรัฐบาลน่าจะใช้นโยบายที่จะกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจ การลงทุน โครงการขนาดใหญ่ของรัฐ เพื่อนำไปสู่การผลิตภาคการผลิต และการจ้างงาน ซึ่งน่าจะทำให้ภาคเอกชนมีความมั่นใจต่อ ทิศทางนโยบายและมีผลต่อเนื่องไปสู่การกระตุ้นการลงทุนภาคเอกชนตามมาด้วย ภาวะรายได้และการจ้างงานที่ปรับตัวดีขึ้น น่าจะสนับสนุนการปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเช่นกัน แต่ความเสี่ยงจากปัจจัยทางเศรษฐกิจหลายประการ ยังคงเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะมีผลกระทบต่อตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย และส่งผลกระทบต่อขยายตัวในธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยเช่นกัน อาทิ ความผันผวนของราคาน้ำมัน แนวโน้มค่าครองชีพที่สูงขึ้น และทิศทางของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอนาคตที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงครึ่งหลังของปี 2551 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีผลต่อต้นทุนในการสินเชื่อที่อยู่อาศัย และการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญกับปัจจัยเสี่ยง แต่การแข่งขันธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยยังคงต้องดำเนินต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่ผู้บริโภคไม่มั่นใจต่อทิศทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม และการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ทำให้การแข่งขันระหว่างสถาบันการเงิน ในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นในปี 2551 ภายใต้ทิศทางการแข่งขันในธุรกิจการเงินที่สูงขึ้นระหว่างสถาบันการเงิน ประกอบกับปัจจัยความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้สถาบันการเงินต้องมีการพัฒนา และปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่อยู่อาศัยของตน ให้สอดคล้องกับตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีความเห็นว่า การขยายตัวสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยรวมของระบบ ในปี 2551 น่าจะขยายตัวที่ประมาณร้อยละ 12 หรือมีมูลค่าประมาณ 1,646,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากที่ขยายตัวร้อยละ 9.4 ในปี 2550

ดังนั้น บริการด้านสินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัย จึงเป็นสินเชื่อที่ธนาคารให้ความสำคัญ และมีเป้าหมายที่จะเพิ่มปริมาณสินเชื่อที่มีคุณภาพ และให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร แต่เนื่องจากสินเชื่อประเภทนี้ มีการกำหนดคุณสมบัติ และมีกฎเกณฑ์ในการพิจารณาต่างๆ มากมาย ดังนั้น การได้ศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัย กับ ธนาคารกสิกรไทย จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาหา เหตุผลความพึงพอใจ ดังกล่าว

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2488 นายโชติ ถิ่นชา และคณะ ได้จัดตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5 ล้านบาท โดยเปิดสำนักงานแห่งแรกขึ้นที่อาคารเลขที่ 306 ถนนเสือป่า เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านธุรกิจการค้าสำคัญของเมืองไทยในยุคนั้น ด้วยการสนับสนุนไว้วางใจจากลูกค้าและประชาชนทั่วไป ส่งผลให้ กิจการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

โดยสิ้นปี พ.ศ. 2488 มียอดสินทรัพย์รวม 15 ล้านบาท เงินฝาก 12.4 ล้านบาทและเงินให้สินเชื่อ 2 ล้านบาท นับเป็นยุคแรกของการวางรากฐานระบบการเงินการธนาคารเมืองไทยยุคเริ่มต้นของการพัฒนา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธนาคารได้มุ่งมั่นและพัฒนาการดำเนินงานให้เจริญรุดหน้าสู่มาตรฐานสากลอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจุบันธนาคารมียอดสินทรัพย์รวม 1,007,865 ล้านบาท เงินฝาก 812,924 ล้านบาท และเงินให้สินเชื่อ 726,333 ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2550) มีสาขาทั้งหมด 595 สาขาและสาขา/สำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ 7 แห่ง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่จะมีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการใช้บริการ สินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัย ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง เชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) การศึกษานี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ ลูกค้าสมัครใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ ในด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคาร สามารถ นำไปเป็นกลยุทธ์วางแผนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจากธนาคาร
- 2) ปัญหาและข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนความคิดเห็นที่ได้จะเป็นข้อมูลสำหรับธนาคารในการ วางแผน ปรับปรุงการให้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร มากที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด กับผู้บริการ และธนาคาร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

- 1) พื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเขต 31 ที่เป็นสาขาเกรด AA ,A, และเกรด B
- 2) เลือกเก็บข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มาใช้บริการของธนาคาร จำนวน 8 สาขา ในเขต 31 ซึ่งจัดแบ่งเกรดสาขา เป็น เกรด AA จำนวน 1 สาขา คือ สาขานนท่าแพเชียงใหม่ สาขาเกรด A จำนวน 1 สาขา คือ ถนนช้างเผือก เชียงใหม่ สาขาเกรด B จำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่, สาขานนมูลเมือง เชียงใหม่, สาขานนช้างคลาน เชียงใหม่, สาขานนสุเทพ

เชียงใหม่, สาขาถนนเจริญเมือง เชียงใหม่, และสาขาถนนศรีดอนไชย เชียงใหม่ ทั้งนี้ไม่รวมสาขาย่อย และสาขาในห้าง โดยการออกแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,169 ราย และเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรมีความเหมาะสม จึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 ตัวอย่าง

ตารางที่ 1.1 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากร

สาขา เกรด	สาขา	จำนวน ผู้ให้บริการ	สัดส่วน ผู้ให้บริการ(%)	จำนวน ตัวอย่าง
AA	ถนนท่าแพ เชียงใหม่	190	16.25	81
A	ถนนช้างเผือก เชียงใหม่	165	14.11	70
B	ถนนราชวงศ์ เชียงใหม่	155	13.26	66
B	ถนนมูลเมือง เชียงใหม่	145	12.40	62
B	ถนนช้างคลาน เชียงใหม่	138	11.80	59
B	ถนนสุเทพ เชียงใหม่	120	10.28	52
B	ถนนเจริญเมือง เชียงใหม่	132	11.29	57
B	ถนนศรีดอนไชย เชียงใหม่	124	10.61	53
	รวม	1,169	100	500

1.5 นิยามศัพท์

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึงธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์

สินเชื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง สินเชื่อประเภทหนึ่ง ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งเป็นสินเชื่อเพื่อสำหรับที่อยู่อาศัยประเภทบ้าน และที่ดิน อาคารพาณิชย์ ห้างชุด ที่ดินเปล่า รวมทั้งการปลูกสร้าง ต่อเติม หรือปรับปรุงที่อาศัย รวมถึงการรับโอนสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น โดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

ความพึงพอใจต่อบริการ หมายถึงความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการ สินเชื่อที่อยู่อาศัย ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึงผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึงเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะของกิจการ และระดับรายได้ต่อเดือน

การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า หมายถึงการจัดการให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และต้องมีการพัฒนาความสัมพันธ์ให้มากขึ้นด้วยการติดตามข้อมูลข่าวสารที่ได้จากลูกค้า การติดตามและพยากรณ์ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ทันเวลา (กิจการสัมพันธ์ธนาคารกสิกรไทย, 2544:5)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved