

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากเหตุการณ์วิกฤตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย ในปี 2540 ประเทศไทยประสบ ปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง แนวทางหนึ่งที่รัฐบาลใช้ในการแก้ปัญหา คือ การประกาศเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จากระบบตะกร้าเงินเป็นระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว ซึ่งทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงอย่างมาก และส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคธุรกิจและสถาบันการเงินต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ โดยสถาบันการเงินต่างๆ ในประเทศไทยประสบปัญหาผลประกอบการขาดทุน สาเหตุจากดอกเบี้ยรับที่ลดลง ต้นทุนดอกเบี้ยจ่ายสูงขึ้น ปัญหาการเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือ “NPLs” (Non-Performing Loans) จำนวนมาก และต้องสำรองหนี้สูญเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนเกิดปัญหาความไม่พอเพียงของเงินกองทุนจนถึงขั้นติดลบ สถาบันการเงินที่เพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้นเดิมหรือขายหุ้นให้ผู้ถือหุ้นรายใหม่ที่เป็นสถาบันการเงินต่างประเทศได้ ก็ยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไป ส่วนสถาบันการเงินจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถเพิ่มทุนได้ต้องถูกประกาศปิดกิจการ หรือควบรวมกิจการ และในปี 2550 ที่ผ่านมาราทрудตัวลงของเศรษฐกิจโลก วิกฤตการเงินในสหรัฐฯ ที่มีต้นตอมาจากปัญหาวิกฤตสินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ ได้ส่งผลให้สถาบันการเงินของสหรัฐฯ ประสบปัญหาสภาพคล่องอย่างรุนแรงและมีผลทำให้เศรษฐกิจสหรัฐฯ เข้าสู่ภาวะถดถอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกและธุรกิจท่องเที่ยวของไทยอย่างยากที่จะหลีกเลี่ยง และจากปัจจัยภายในประเทศคือ ความขัดแย้งทางการเมืองที่ยืดเยื้อและทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับนั้น นอกจากจะส่งผลกระทบต่อภาวะการท่องเที่ยวของไทยให้มีแนวโน้มซบเซาอยู่ก่อนแล้วให้ยิ่งซบเซามากยิ่งขึ้น ยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงทำให้โครงการต่างๆ ของภาครัฐ เฉพาะอย่างยิ่งโครงการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานขนาดใหญ่ (Mega Projects) ต้องมีการเลื่อนออกไปอย่างไม่มีกำหนด อีกทั้งผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคให้มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น

สถาบันการเงินในประเทศไทยเป็นสถาบันหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจดังกล่าว ซึ่งสถาบันการเงินเปรียบเสมือนหัวใจของระบบเศรษฐกิจหากไม่สามารถสูบน้ำเงินเข้าระบบได้เป็นปกติ ธุรกิจในระบบเศรษฐกิจก็เริ่มขาดสภาพคล่อง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกธนาคารจำเป็นต้องค้นหาวิธี หรือ กลยุทธ์เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร พัฒนาการของธนาคารให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่ง และเติบโตอย่างมั่นคงตลอดไป

เนื่องจากธนาคารพาณิชย์จะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของดอกเบี้ยรับจากการให้บริการสินเชื่อ อัตราส่วนลด และรายได้จากค่าธรรมเนียมจากผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการต่าง ๆ ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องหาแหล่งเงินทุนจากการระดมเงินฝากจากประชาชน หน่วยงาน หรือผู้ถือหุ้นให้ได้เป็นจำนวนมาก และนำเงินฝากเหล่านั้นไปลงทุนเพื่อแสวงหารายได้ โดยการอำนวยสินเชื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค สินเชื่อเพื่อการเคหะ(ที่อยู่อาศัย) และสินเชื่อเพื่อการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น โดยรายได้ที่สำคัญของธนาคารพาณิชย์คือรายได้จากการอำนวยสินเชื่อ อีกทั้งยังเป็นการเอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการได้ดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น มีเงินทุนหมุนเวียน และมีสภาพคล่องทางการเงิน ทำให้การดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพ และมีกำไรสูงสุด ส่งผลให้การแข่งขันธุรกิจทางการเงินของสถาบันการเงินยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในกลุ่มของธนาคารพาณิชย์ที่มีอยู่เดิม และธนาคารพาณิชย์ที่ตั้งขึ้นใหม่ จำนวน 5 แห่ง ในปี พ.ศ. 2548 ตามแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้แก่ ธนาคารเกียรตินาคิน ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ ธนาคารสินเอเชีย ธนาคารจีเอ็มเอ็มโพสท์ และธนาคารทีสโก้ โดยเฉพาะการแข่งขันด้านธุรกิจสินเชื่อรายย่อย ซึ่งประกอบด้วย สินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อเงินสด และสินเชื่อที่อยู่อาศัย และเมื่อพิจารณาความสำคัญที่อยู่อาศัยนับได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดำรงชีวิตมนุษย์ และที่อยู่อาศัยไม่เพียงแต่เป็นที่พำนักอาศัย แต่เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะแสดงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และยังแสดงถึงความเจริญ หรือ ความเสื่อมโทรมของสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั้น ๆ ด้วย

จากผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ผ่านมา ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคให้มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น โดยเฉพาะการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจำเป็นต้องเพิ่มความระมัดระวังและรอบคอบในการวางแผนมากขึ้น เนื่องจากสินเชื่อที่อยู่อาศัยเป็นสินเชื่อที่มีการผ่อนชำระที่นานกว่าสินเชื่อประเภทอื่น ทำให้สถาบันการเงินต่างเร่งทำการตลาด มีการปรับกลยุทธ์การตลาดไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจการเงิน และภาวะทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว โดยสถาบันการเงินต่างมีการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ออกมาเพื่อกระตุ้นและจูงใจลูกค้ามากขึ้น ทั้งการแข่งขันด้านราคา และด้านบริการ เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น อย่างไรก็ตามท่ามกลางการแข่งขันด้านการตลาดที่รุนแรงของสถาบันการเงินเพื่อที่จะเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัย แต่ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ขึ้นกับระบบสินเชื่อที่อยู่อาศัย ทำให้สถาบันการเงินต่างเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อทุกประเภท รวมถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัยด้วย จนทำให้ผู้ซื้อบ้านโดยเฉพาะระดับกลาง-ล่างเข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้ยากขึ้น จึงเป็นปัจจัยลบที่สำคัญส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัย ดังนั้นการทำตลาดของธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตลอดเวลาเพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินคู่แข่งได้

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ.2549 - 2551 จะเห็นได้ว่ามีจำนวนเงินให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น ตามรายละเอียดดังนี้ ในปี 2549 เงินให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ มีจำนวน 685,178 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มจากปี 2548 ร้อยละ 10 ปี 2550 เงินให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ มีจำนวน 771,024 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มจากปี 2549 ร้อยละ 13 และปี 2551 เงินให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ มีจำนวน 867,363 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มจากปี 2550 ร้อยละ 12 ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงปริมาณเงินให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลของสถาบันการเงิน 1/

หน่วย : ล้านบาท

| ลำดับ | สถาบันการเงิน | ปี 2549 | อัตรา การเพิ่ม | ปี 2550 | อัตรา การเพิ่ม | ปี 2551 | อัตรา การเพิ่ม |
|-------|---|-----------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|
| 1 | ธนาคารพาณิชย์ 2/ | 685,178 | 10% | 771,024 | 13% | 867,363 | 12% |
| 2 | สถาบันการเงินเฉพาะ กิจที่รับฝากเงิน 3/ | 656,341 | 12% | 696,354 | 6% | 715,018 | 3% |
| 3 | บริษัทเงินทุนและ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ | 930 | -57% | 793 | -15% | 643 | -19% |
| 4 | บริษัทเครดิตฟองซิเออร์ | 155 | 163% | 59 | -62% | 61 | 3% |
| 5 | ธุรกิจประกันภัย 4/ | 8,578 | 9% | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. |
| | รวม | 1,351,182 | 11% | 1,468,230 | 9% | 1,583,084 | 8% |

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551)

หมายเหตุ : 1/ ประกอบด้วยเงินให้กู้ยืมเพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคล ประเภทการซื้อที่ดินเปล่า การซื้อที่ดินเปล่าเพื่อสร้างบ้าน และการจัดหาที่อยู่อาศัย

2/ ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ (ไม่รวมสาขาที่อยู่ในต่างประเทศ) สาขาธนาคารพาณิชย์ ต่างประเทศ และกิจการวิเทศธนกิจ

3/ ประกอบด้วย ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์

4/ ข้อมูลของธุรกิจประกันชีวิต มีงวดความถี่ข้อมูลเป็นรายครึ่งปี

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดเป็นสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง ที่ต้องการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการสำหรับลูกค้า เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นตามลำดับ เพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจและนโยบายการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากล ที่มีความทันสมัยสมบูรณ์พร้อมด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกในการปรับปรุงการให้บริการการเงินทุกประเภท เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มได้อย่างสูงสุด โดยธนาคารได้จัดกลุ่มลูกค้าสินเชื่อเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ และธนาคารสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ดังนี้

1.) กลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Corporate Banking) ดูแลลูกค้าสินเชื่อทั่วไป โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าสินเชื่อธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีรายได้ตั้งแต่ 500 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป และกลุ่มลูกค้าสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจที่มีรายได้ต่ำกว่า 500 ล้านบาทต่อปี

2.) กลุ่มลูกค้าบุคคล (Retail Banking) ดูแลลูกค้าสินเชื่อบุคคล และธุรกิจรายย่อย

3.) กลุ่มจัดการทรัพย์สิน (Special Assets Group) ทำหน้าที่ดูแลและติดตามแก้ไขหนี้ที่มี

ปัญหาของธนาคาร

จากข้อมูลงบการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ ในปี พ.ศ.2549 - 2551 จะเห็นได้ว่ามี ยอดเงินให้สินเชื่อประเภทสินเชื่อเคหะเพิ่มขึ้น ตามรายละเอียดดังนี้ ในปี 2549 มียอดเงินให้สินเชื่อ ประเภทสินเชื่อเคหะมีจำนวน 183,916 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มจากปี 2548 ร้อยละ 12.3 ปี 2550 มียอดเงินให้สินเชื่อประเภทสินเชื่อเคหะจำนวน 196,564 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มจากปี 2549 ร้อย ละ 6.9 และปี 2551 มียอดเงินให้สินเชื่อประเภทสินเชื่อเคหะจำนวน 208,818 ล้านบาท มีอัตรา การเพิ่มจากปี 2550 ร้อยละ 7.5 ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงเงินให้สินเชื่อแยกตามประเภทสินเชื่อของ ธนาคารไทยพาณิชย์ ปี 2549 - 2551

หน่วย : ล้านบาท

| เงินให้สินเชื่อ | ปี 2549 | อัตรา การเพิ่ม | ปี 2550 | อัตรา การเพิ่ม | ปี 2551 | อัตรา การเพิ่ม |
|-------------------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|
| สินเชื่อทั่วไป | 689,002 | 28.0% | 819,223 | 18.9% | 874,677 | 6.8% |
| ธุรกิจขนาดใหญ่ | 255,076 | 11.0% | 287,812 | 12.8% | 310,721 | 7.8% |
| ธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม | 152,964 | 37.2% | 211,930 | 38.5% | 222,399 | 4.9% |
| สินเชื่อบุคคล | 280,961 | 42.6% | 319,480 | 13.7% | 341,557 | 7.0% |
| - สินเชื่อเคหะ | 183,916 | 12.3% | 196,564 | 6.9% | 208,818 | 7.5% |
| - สินเชื่อเช่าซื้อ | 52,095 | n.a. | 74,848 | 43.7% | 70,418 | -5.9% |
| - สินเชื่ออื่นๆ | 44,950 | 35.5% | 48,068 | 6.9% | 62,321 | 24.7% |
| สินเชื่อกลุ่มจัดการทรัพย์สิน | 58,636 | -20.7% | 48,952 | -16.5% | 42,243 | -13.7% |
| รวมเงินให้สินเชื่อ | 747,637 | 22.2% | 868,175 | 16.1% | 916,920 | 16.1% |

ที่มา : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (2551)

จากสภาวะการแข่งขันด้านธุรกิจการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน เป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารไทยพาณิชย์ ในจังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นเขตพื้นที่มีหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน รัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เหมืองแม่เมาะ จังหวัดลำปาง และหน่วยเอกชนขนาดใหญ่ อาทิเช่น บมจ.ปูนซีเมนต์ไทย, บมจ.อิตาเลียนไทย เป็นต้น ซึ่งแต่ละ

หน่วยงานสนับสนุนให้พนักงานของตนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และเห็นว่าเป็นเขตพื้นที่ที่มีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจค่อนข้างดีและยังสามารถขยายตัวได้อีก ดังนั้นจึงเป็นแนวทางที่จะนำไปพัฒนา และปรับกลยุทธ์ทางการตลาดการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถขยายฐานลูกค้ารายใหม่และรักษฐานลูกค้ารายเก่าเพื่อให้ใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของลูกค้าสินเชื่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของลูกค้าสินเชื่อ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

เพื่อใช้เป็นข้อมูลแก่ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ประกอบธุรกิจการให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการเคหะ ในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้า รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อเพื่อการเคหะและการบริการ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของลูกค้าสินเชื่อ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง โดยเลือกศึกษาเฉพาะลูกค้าสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อเพื่อการเคหะกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง ช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2551

1.5 นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการเลือกใช้บริการ
สินเชื่อของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดลำปาง

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการเคหะกับธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดลำปาง

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และ
หมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์

สินเชื่อ หมายถึง เงินให้สินเชื่อและภาระผูกพันที่ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้า

สินเชื่อเพื่อการเคหะ (Housing Loan) หมายถึง สินเชื่อที่ธนาคารให้กู้ยืมแก่ลูกค้าที่มี
วัตถุประสงค์เพื่อนำไปซื้อ หรือ ซ่อมแซม หรือ ปลูกสร้างที่อยู่อาศัย หรือ ใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
เช่น ซื้อเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น รวมทั้งการซื้อที่ดินว่างเปล่าเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์สินเชื่อเพื่อการ
เคหะมีการผ่อนชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นรายงวดหรือตามเงื่อนไขตามที่ธนาคารกำหนด
โดยมีหลักประกันในการขอสินเชื่อ