

บทที่ 5

การสรุป การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้ายานาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ และศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้ายานาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 67 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.22 และเพศชาย ร้อยละ 44.78 มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี ร้อยละ 46.27 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.21 มากที่สุด ในด้านการประกอบอาชีพ มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุดร้อยละ 50.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 71.16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการขอกู้เพื่อซื้อที่ดินเพื่อเตรียมปลูกสร้างมากที่สุด ร้อยละ 40.30 โดยใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นบ้านพร้อมที่ดินร้อยละ 80.60 ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 67.16 ได้รับอนุมัติเงินกู้ตามวงเงินที่ขอกู้ และมีระยะเวลาในการกู้ 11 – 20 ปี ร้อยละ 65.67 และระยะเวลาอนุมัติการกู้ใช้เวลา 8-30 วัน ร้อยละ 58.21

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้านาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 6 ปัจจัย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีเพียงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยเดียวที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร วงเงินกู้ที่จะได้รับอนุมัติ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน ระเบียบและเงื่อนไขควบคู่กับการให้สินเชื่อ จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวด และเอกสารที่ใช้ในการยื่นขอกู้ ตามลำดับ

ด้านราคา ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ซึ่งได้แก่ อัตราดอกเบี้ยค่าและอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า มีจำนวนสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การเสนอขายภายในสาขา หน้าเคาท์เตอร์ และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดภายในสาขา คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ เสนอบริการโดยส่งจดหมายตรงถึงหน่วยงาน เสนอบริการโดยทางโทรศัพท์ มีทีมงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และเปิดบูธร่วมกับโครงการบ้านจัดสรร ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง พนักงานมีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ พนักงานมีความ

รวดเร็วในการแก้ปัญหา พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายดี พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาถูกต้อง และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ ความสามารถ ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญปานกลาง ได้แก่ การรู้จักเป็นส่วนตัว เป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงาน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาดของอาคารสถานที่ ระบบรักษาความปลอดภัย มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย มีบรรยากาศภายในสำนักงานที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความมีระเบียบภายในสำนักงาน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้รวดเร็ว จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ และระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้สั้น ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้านาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันต่ำกว่าความเป็นจริงมาก รองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านเอกสารที่ใช้ในการยื่นประกอบการขอกู้มีจำนวนมาก ปัญหาจำนวนวงเงินกู้สูงสุดมีจำกัด ซึ่งได้ต่ำกว่าธนาคารอื่นๆ และปัญหาจำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดไม่เหมาะสมกับลูกค้ำ ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยล่าช้าไม่ทันสภาวะการณตลาด รองลงมาได้แก่ ปัญหาอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้สูง ได้แก่ ค่าประเมินหลักประกัน ค่าธรรมเนียมการโอนสิทธิ์ ค่าจดทะเบียนจำนอง และปัญหาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงในวงเงินต่ำกว่า 1 ล้านบาท ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาสถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอดรถ รองลงมาได้แก่ ปัญหาสาขาธนาคารในตัวเมืองมีจำนวนน้อย ไม่สะดวกในการติดต่อ และปัญหาสถานที่ตั้งของธนาคาร ไกลบ้านหรือที่ทำงาน ไม่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการประชาสัมพันธ์น้อย ถูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าของธนาคาร รองลงมาได้แก่ ปัญหาการโฆษณา ผ่านสื่อต่างๆทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต มีจำนวนน้อย ปัญหาการเปิดบูธร่วมกับโครงการบ้านจัดสรรที่ให้ส่วนลดพิเศษมีน้อย ปัญหาการเสนอบริการ โดยส่งจดหมายตรงถึงหน่วยงาน เพื่อขอเข้าไปเสนอขาย มีน้อย และปัญหาที่ทีมงานขายออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่มีไม่ต่อเนื่อง ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ พนักงานไม่เคยออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าหลังจากได้รับเงินกู้เรียบร้อยแล้ว รองลงมาได้แก่ ปัญหาพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ปัญหาพนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญและความสามารถเพียงพอ และปัญหาพนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าล่าช้า ปัญหาพนักงานล่าช้าในการให้บริการลูกค้า และปัญหาพนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอยบริการลูกค้า เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร ม้านั่งไม่เพียงพอ รองลงมาได้แก่ ปัญหาไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่น่าเชื่อถือได้ และอุปกรณ์เครื่องมือสำนักงานล้าสมัย มีปัญหาขัดข้องบ่อย เช่น คอมพิวเตอร์ ปัญหาอาคารสถานที่ไม่สะอาด และปัญหาบรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด อากาศถ่ายเทไม่สะดวก สถานที่คับแคบ ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยาวนาน รองลงมาได้แก่ ปัญหาขั้นตอนในการอนุมัติซับซ้อน ยุ่งยาก ปัญหาพนักงานมีไม่เพียงพอในการให้บริการจึงเกิดความล่าช้าในการให้บริการ ปัญหาพนักงานไม่ติดตามผลการกู้ยืมของลูกค้าว่านำเงินไปใช้ตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ทำให้เกิดความล่าช้าในการจ่ายเงินกู้งวดถัดไป ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหนาบของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษิตามทฤษฎี ได้ดังนี้

ส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) จากการศึกษิตพบว่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ นั้น มีอิทธิพลกับผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกะหนาบของธนาคารออมสินอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 58) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ Philip Kotler ที่กล่าวว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาดเช่นเดียวกับสินค้าซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) นอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วยบุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) และกระบวนการให้บริการ (Process) โดยพบว่าปัจจัยทุกด้านมีอิทธิพลแต่มีอิทธิพลที่แตกต่างกันต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษิตพบว่ ปัจจัยด้านบุคลากร ในด้านให้คำแนะนำและคำปรึกษาถูกต้อง ความรู้ความชำนาญความสามารถ ความมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง ความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา ความเสมอภาคในการให้บริการ มีอิทธิพลกับผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกะหนาบของธนาคารออมสินอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยด้านบุคลากรจะชี้ให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของธนาคารซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality)

จากการศึกษิตพบว่ ปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกะหนาบในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกะหนาบในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกะหนาบของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ของ ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ พบว่ ปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกะหนาบในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลในระดับปานกลาง

จากการศึกษายังพบว่าปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะในระดับมาก สอดคล้องกับรายงานการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “พฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่” ของ เสาวคนธ์ อุฎฐานชีวิน ที่พบว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น

5.3 ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษานี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธนาคารออมสิน โดยมีหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันเป็นบ้านพร้อมที่ดิน และส่วนใหญ่จะได้รับอนุมัติเงินกู้ตามวงเงินที่ขอกู้ โดยเหลือระยะเวลาผ่อนชำระ 11 – 20 ปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร สำหรับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันต่ำกว่าความเป็นจริงมาก ปัญหาเอกสารที่ใช้ในการขอกู้มาก (แสดงในภาคผนวก ข) และปัญหาวงเงินกู้สูงสุดมีจำกัด ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนของธนาคารในการให้บริการสินเชื่อเคหะ

ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะในเรื่องอัตราดอกเบี้ยต่ำ ดังนั้นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยล่าช้าไม่ทันสภาวะการณ์ตลาด ปัญหาอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้สูง และปัญหาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงในวงเงินต่ำกว่า 1 แสนบาท

ปัจจัยด้านช่องการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถคับแคบมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยเดียวที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญปานกลาง ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการขาดการประชาสัมพันธ์ อย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นอันดับสอง รองจากปัจจัยด้านราคา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธนาคาร ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้าน

บุคลากร ในด้านพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ความสามารถ และพนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหา ตามลำดับ (แสดงในภาคผนวก ค) ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานไม่เคยออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าหลังจากได้รับเงินกู้เรียบร้อยแล้ว รองลงมาได้แก่ ปัญหาพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญและความสามารถเพียงพอ และพนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าล่าช้า

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในเรื่อง ความสะอาดของอาคารสถานที่ มีความสำคัญสูงสุด รองลงมาได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัย สำหรับปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร ม้านั่งไม่เพียงพอ อุปกรณ์เครื่องมือลำสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มากที่สุด สำหรับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ได้แก่ ขั้นตอนในการอนุมัติยุ่งยาก ซับซ้อน ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยาวนาน และพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการจึงเกิดความล่าช้าในการให้บริการ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับธนาคารออมสินในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการวางกลยุทธ์ทางด้านการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าลูกค้าธนาคารออมสินมีความเชื่อมั่นในธนาคารออมสินว่าเป็นสถาบันที่มีความมั่นคง มีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี โดยมีรัฐบาลเป็นประกัน จากแต่เดิมพบว่าธนาคารออมสินจัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์หลัก ให้บริการด้านเงินฝากโดยเฉพาะ ไม่ได้มีบทบาทในการให้สินเชื่อเป็นหลักเหมือนกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ โดยทั่วไป แต่ในปัจจุบันธนาคารออมสินเน้นในการให้บริการธุรกิจสินเชื่อมากขึ้น เพื่อสนับสนุนนโยบายภาครัฐ ดังนั้นธนาคารออมสินควรกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อมากขึ้น รวมทั้งให้การ

ประชาสัมพันธ้อย่างต่อเนื่องในธุรกิจของธนาคาร โดยเฉพาะในด้านการให้บริการสินเชื่อ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นและส่งเสริมชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารให้มากขึ้น

ปัญหาด้านการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันต่ำกว่าความเป็นจริงนั้น โดยปกติแล้ว ธนาคารจะประเมินหลักทรัพย์อยู่ 2 ส่วน ในส่วนของหลักทรัพย์ที่เป็นบ้านจะประเมินราคาบ้านตามข้อกำหนดของธนาคารออมสินที่กำหนดขึ้น สำหรับหลักทรัพย์ที่ดิน ธนาคารใช้ราคาประเมินจากสำนักงานที่ดินที่เป็นมาตรฐานกำหนดไว้ ไม่ได้กำหนดตามราคาตลาดที่ทำการซื้อขายในปัจจุบันเนื่องจากมีความเสี่ยงสูงในเรื่องของราคาที่เปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าได้รับอนุมัติเงินกู้ตามวงเงินต่ำกว่าที่ขอไว้ ดังนั้นธนาคารควรนำราคาตลาดมาประกอบการพิจารณาในการให้สินเชื่อโดยอาศัยราคาจากที่ดินใกล้เคียงที่ทำการซื้อขายกันอยู่ในปัจจุบัน และชี้แจงลูกค้าให้เข้าใจถึงวิธีการประเมินหลักทรัพย์ของธนาคารและสาเหตุการอนุมัติวงเงินต่ำกว่าที่ลูกค้าขอไว้ ซึ่งจะทำให้การประเมินราคาหลักทรัพย์ของธนาคารถูกต้อง เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ปัญหาด้านเอกสารที่ใช้ในการยื่นประกอบการขอกู้มีจำนวนมาก ลูกค้าเกิดความยุ่งยากในการกรอกเอกสาร ธนาคารควรลดจำนวนเอกสารประกอบการกู้ให้น้อยลง และปรับปรุงแบบฟอร์ม ที่ใช้กรอกขอใช้บริการสินเชื่อให้มีความชัดเจนมากขึ้น ไม่ยุ่งยาก รวมทั้งให้มีคำอธิบายหรือตัวอย่างในการกรอกแบบฟอร์มด้วย

ปัญหาวงเงินกู้สูงสุดมีจำกัด ธนาคารควรปรับปรุงในส่วนของวงเงินกู้ที่อนุมัติให้ลูกค้า ถึงแม้ว่าวงเงินกู้ที่ธนาคารออมสินอนุมัติให้ลูกค้าจะสูงกว่าธนาคารพาณิชย์บางแห่ง โดยจะอนุมัติให้ประมาณ 55 เท่าของรายได้ แต่จำกัดวงเงินสูงสุด 5 ล้านบาท ในขณะที่ธนาคารอื่นๆ มีวงเงินกู้สูงกว่า เช่น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ วงเงินกู้สูงสุด 8 ล้านบาท ธนาคารกสิกรไทย วงเงินกู้สูงสุด 6 ล้านบาท ธนาคารออมสินจึงควรพิจารณาปรับปรุงวงเงินกู้สูงสุดให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้

ด้านราคา ถึงแม้ว่าลูกค้าธนาคารให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ในระดับความสำคัญมาก แต่ธนาคารมีปัญหาในการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยล่าช้า ไม่ทันกับสภาวะการณ์ตลาดในปัจจุบัน ดังนั้นทางธนาคารควรให้ความสำคัญในการติดตามสภาวะการณ์ของตลาดในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยได้อย่างเหมาะสม

ธนาคารควรพิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดี กรณีที่ลูกค้าสินเชื่อเคหะนำเงินมาชำระล่วงหน้าเพื่อเป็นการจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้านำเงินมากชำระเร็วขึ้น

สำหรับปัญหาอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้สูงนั้น พบว่าทางธนาคารไม่ได้ชี้แจงกับลูกค้าในการคิดค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการจัดการเงินกู้ อย่างชัดเจน จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่เข้าใจ เนื่องจากค่าธรรมเนียมส่วนหนึ่งเป็นค่าธรรมเนียมที่ชำระให้กับสำนักงานที่ดินในแต่ละอำเภอ เป็นค่าจดจำนองหลักทรัพย์ คิดในอัตราร้อยละ 1 ของวงเงินตามสัญญาจำนองและมีค่าอากรไม่เกิน 100 บาท สำหรับค่าธรรมเนียมที่จ่ายให้ธนาคารออมสินจะมีเพียงค่าประเมินราคาหลักทรัพย์ โดยคิดในอัตราร้อยละ 0.25 ของวงเงินที่ขอกู้ยกตัวอย่างต่ำ 1,000 บาท ไม่เกิน 10,000 บาท เป็นอัตราคงที่ที่ธนาคารกำหนดไว้ ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์อื่น จะมีค่าธรรมเนียมในการจัดการวงเงินกู้ โดยคิดในอัตราร้อยละ 1 ของวงเงินที่ขอกู้และค่าอากรแสตมป์ ร้อยละ 0.05 ซึ่งของธนาคารออมสินยกเว้นให้ ดังนั้นจึงควรชี้แจงในรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจทุกครั้งและพิจารณาปรับเปลี่ยนในส่วน of ธนาคารออมสินให้เหมาะสมมากขึ้น

ปัญหาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงในวงเงินต่ำกว่า 1 แสนบาท ไม่สามารถดึงดูดลูกค้าระดับล่างที่ต้องการกู้เงินในวงเงินต่ำกว่า 1 แสนบาทได้ เนื่องจาก ธนาคารอาคารสงเคราะห์เสนออัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า ในอัตราร้อยละ 5.50 ในขณะที่ธนาคารออมสินคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 6.75 ดังนั้น ทางธนาคารควรปรับปรุงอัตราดอกเบี้ยในวงเงินต่ำกว่า 1 แสนให้มีความเหมาะสมมากขึ้น หรืออาจพิจารณาขยายระยะเวลาการชำระหนี้ให้นานขึ้นเพื่อลดจำนวนเงินงวดลง และเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธนาคารอาจพิจารณาให้ลูกค้าได้รับสิทธิกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นพิเศษเพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าให้ใช้บริการสินเชื่อประเภทอื่นของธนาคารนอกเหนือจากที่ใช้บริการอยู่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าธนาคารออมสินมีสำนักงานอยู่เกือบทุกอำเภอ และตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนและสถานที่ราชการเป็นส่วนมาก แต่มีปัญหาในด้านสถานที่จอดรถมากที่สุด ดังนั้นทางธนาคารควรพิจารณาเพิ่มที่จอดรถให้เพียงพอ โดยพิจารณาจากจำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน เพื่อหาเช่าพื้นที่ในการจอดรถอย่างเพียงพอ และเนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาติดต่อสินเชื่อ นอกจากจะติดต่อในเรื่องการขอกู้เงินแล้ว ยังมีเข้ามาชำระเงินค่างวดเงินกู้สินเชื่อ ธนาคารควรพิจารณาเพิ่มขยายช่องทางการชำระเงิน เช่น ชำระเงินผ่าน ตู้ ATM ร้านเซเว่นอีเลเว่น หรือติดต่อผ่านธนาคารพาณิชย์อื่นให้สามารถรับชำระเงินค่างวดของออมสินด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยด้านนี้ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยเดียวที่ ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ทั้งที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจะเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อมากขึ้น อาจเนื่องมาจากธนาคารยังไม่ได้ให้

ความสำคัญอย่างจริงจังสำหรับปัจจัยนี้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการเสนอขายภายในสาขา หน้าเคาท์เตอร์ ในระดับความสำคัญมากเพียงด้านเดียว เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ทางธนาคารควรปรับปรุง ดังนี้

การเสนอขายภายในสาขา หน้าเคาท์เตอร์ยังคงต้องให้บริการที่ได้อย่างต่อเนื่องโดยศึกษาความต้องการของลูกค้าและเสนอขายให้ตรงกับความต้องการลูกค้า เพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายคำ บอร์ดในสาขา เพิ่มการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

เพิ่มการเสนอขายเชิงรุกให้มากขึ้น ดังนี้

- จัดพนักงานของสาขาหรือของธนาคารออมสินภาค จัดทีมงานขาย ออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่

- เสนอขายโดยการคัดเลือกจากฐานลูกค้าเดิมโดยเฉพาะข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อข้าราชการของธนาคารอยู่แล้วและจัดทำหนังสือเชิญชวนให้มาใช้บริการเพิ่ม

- เสนอบริการโดยโทรศัพท์ เพื่อสอบถามเบื้องต้นเกี่ยวกับความสนใจและขอเข้าพบเพื่อให้รายละเอียดหรือส่งจดหมายโดยตรงถึงหน่วยงานเพื่อขอเข้าไปเสนอขายและนำเสนอจุดเด่นของสินเชื่อเคหะ

- เข้าไปเปิดบูธ ร่วมกับโครงการบ้านจัดสรรที่ให้ส่วนลดพิเศษ หรือเปิดบูธในแหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้า หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน หรือร่วมมือกับบริษัทจัดสรร เสนอขายสินเชื่อเคหะพร้อมมีส่วนลดพิเศษ หรือสร้างเครือข่ายผูกพันผู้ประกอบการจัดสรรในการนำลูกค้ามาสู่สินเชื่อเคหะธนาคารออมสินหรือสร้างเครือข่ายกับบริษัทตัวแทนและนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ในตลาดที่อยู่อาศัย

ด้านบุคลากร ธนาคารควรให้ความสำคัญมากเนื่องจากว่าปัจจัยด้านบุคลากรจะชี้ให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร ถึงแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นอันดับสอง รองจากปัจจัยด้านราคา แต่เนื่องจากปัจจัยด้านราคาในเรื่องอัตราดอกเบี้ยธนาคารปรับเปลี่ยนได้ยาก เนื่องจากต้องคำนึงถึงนโยบายของธนาคารออมสินควบคู่กับนโยบายของรัฐบาล สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยภายในที่ธนาคารสามารถปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพได้ง่ายกว่า ดังนั้นจึงควรพิจารณาให้ความสำคัญในปัจจัยนี้ โดยเฉพาะในด้านความเสมอภาคในการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธนาคารให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง ธนาคารต้องรักษาระดับมาตรฐานในการให้

บริการให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการให้แก่ลูกค้ามากขึ้น ปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด ได้แก่ พนักงานไม่เคยออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าหลังจากได้รับเงินกู้เรียบร้อยแล้ว ธนาคารควรชี้แจงให้พนักงานทราบถึงผลดีของการออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าว่าเป็นการตรวจสอบความเป็นอยู่ของลูกค้า ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า และยังเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าได้อีกด้วย สำหรับปัญหาที่พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถเพียงพอ และพนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า นั้นธนาคารควรจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานมากขึ้น โดยเน้นในเรื่องการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า รวมถึงฝึกอบรมทักษะ ความรู้ ความชำนาญ ในด้านสินเชื่อ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของพนักงานให้มีการบริการที่ดีขึ้น และอาจมีการแจกรางวัลพนักงานดีเด่น เพื่อจูงใจให้พนักงานกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดของสถานที่มากที่สุด ทางธนาคารควรรักษาความสะอาดทั้งภายในสำนักงาน และภายนอกสำนักงาน โดยเฉพาะห้องน้ำควรรักษาความสะอาดไว้คอยบริการลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ

ในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย ทางธนาคารควรติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยหรือโทรทัศน์วงจรปิดไว้นอกเหนือจากตำรวจรักษาการณ์ที่คอยดูแลอยู่แล้วเพียงด้านเดียว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าอีกระดับหนึ่ง

ปัญหาในเรื่องไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เป็นปัญหาที่พบมากที่สุด ธนาคารควรปรับปรุงโดยเฉพาะที่นั่งให้ลูกค้ารอรับบริการควรจัดให้เพียงพอ การบริการถ่ายเอกสาร เนื่องจากเอกสารที่ลูกค้าต้องนำมาประกอบการพิจารณาขอสินเชื่อมีเป็นจำนวนมากหากมีบริการถ่ายเอกสารให้บริการกับลูกค้า ทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น รวมถึงควรปรับปรุงป้ายบอกบริการต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ

ด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ล้ำสมัย ธนาคารควรเพิ่มการใช้บริการระบบข้อมูลเครือข่ายภายในองค์กร (Intranet) สามารถสอบถามและตรวจสอบข้อมูลของลูกค้าทางด้านการเงินและช่วยลดการกู้หรือการค้ำประกันซ้ำซ้อน พร้อมทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดหนี้ค้างชำระและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ในระดับความสำคัญมาก ดังนั้นธนาคารควรทำแผ่นพับ หรือคู่มือระเบียบและวิธีปฏิบัติในการกู้เงินเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อเบื้องต้น และควรแบ่งหน้าที่

พนักงานในการดูแลลูกค้าให้ชัดเจน ในแต่ละขั้นตอนเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ในด้านความสะดวกธนาคาร อาจพิจารณาเพิ่ม วัน เวลา สถานที่ ในการให้บริการสินเชื่อเคหะเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น ในวันเสาร์ อาทิตย์

สำหรับปัญหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในเรื่องระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยืม ขั้นตอนในการอนุมัติซับซ้อน ธนาคารควรปรับปรุงประสิทธิภาพในการอนุมัติสินเชื่อเคหะให้เท่าเทียมธนาคารพาณิชย์ โดยลดระยะเวลาการอนุมัติสินเชื่อเคหะเร็วที่สุด ประมาณ 1-2 สัปดาห์ จากการลดขั้นตอนในการอนุมัติให้น้อยลง และกระจายอำนาจในการอนุมัติเงินกู้ให้กับผู้จัดการสาขามากขึ้น สำหรับปัญหาพนักงานมีไม่เพียงพอทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการนั้น ธนาคารต้องจัดหาพนักงานอำนวยการสินเชื่อเฉพาะด้านให้เพียงพอและมีการมอบหมายงานอย่างชัดเจนในการให้บริการเพื่อลดการทำงานซ้ำซ้อนและทำให้เกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงานมากขึ้น