

## แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะธนาคารสีชมพูสาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี

### GUIDELINE TO INCREASE OF HOME LOAN, THE PINK BANK, NONSAAT BRANCH, UDONTHANI PROVINCE

ทุตติยา เงินขาว <sup>1</sup>  
ธีระ ฤทธิรอด <sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพูสาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด 3) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในธุรกิจธนาคาร และ 4) เพื่อกำหนดแนวทางการตลาดโดยมุ่งเน้นการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาปัจจัยต่างๆ ทั้งสถานการณ์ปัจจุบันและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานเกี่ยวกับสินเชื่อ เพื่อหาวิธีการในการแก้ปัญหา อีกทั้งยังใช้แบบสอบถามเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่อาศัยอยู่ในอำเภอโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด จากผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ ร้อยละ 35.30 มีอายุ 25-30 ปี ร้อยละ 37 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.70 จากการศึกษาทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อเคหะ อัตราดอกเบี้ยต่ำ การมีพนักงานออกไปแนะนำข้อมูลที่โปร่งใส และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในธุรกิจธนาคาร พบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และทางกายภาพมีผลกระทบในด้านบวก เพราะแนวโน้มการเมืองไทยที่มีแนวโน้มการปรับตัวที่ดีขึ้น อีกทั้งการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่ได้ออกมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจฟื้นตัวโดยเร็ว ส่วนทางด้านเศรษฐกิจมีผลกระทบในด้านลบต่อสินเชื่อเคหะ เนื่องจากเศรษฐกิจไทยชะลอตัวและยังต้องใช้ระยะเวลาในการกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในธุรกิจธนาคาร พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับมาก คือ ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ เนื่องจากลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการกับธนาคารใดก็ได้ โดยปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมาก จากการศึกษาจากข้อมูลต่างๆ ของแบบสอบถาม ทำให้ผู้ศึกษาได้โครงการในการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะ ธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด 4 โครงการ คือ 1) โครงการพิชิตตัวพิชิตใจ 2) โครงการดูแลด้วยใจใส่ใจด้วยเรา 3) โครงการเพิ่มเงินผู้กู้สูงสุด 4) โครงการยิ่งหา ยิ่งได้ ซึ่งหากดำเนินการตามโครงการทั้ง 4 โครงการนี้ คาดว่าจะสามารถทำให้ยอดสินเชื่อเคหะ เป็นไปตามเป้าหมาย คือ จำนวนเงินสินเชื่อเคหะ 39 ล้านบาทในปี 2558

**คำสำคัญ:** ธนาคารสีชมพู สินเชื่อเคหะ

#### Abstract

This study aimed to investigate people behaviors and factors affected their decision-making and selection of using the home loan. 1) This case study the behavior and the factors that influence the decision to use home loans of pink banks nonsaat branch 2) Study the attitudes of customers to use the service home loans of pink banks nonsaat branch 3) Analyze the competitive environment in the banking business and 4) Determine marketing approach, focusing on increasing the home loan portfolio of pink banks nonsaat branch udonthani province. The study has studied various factors. Both the current situation and analyze the strengths and

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 E-mail TutiyaN1@gsb.or.th

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์และที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 E-mail Threerarit@gmail.com

weaknesses. Opportunities and obstacles Operating on the loan. To find out how to solve this problem. It also used a questionnaire to find out information about customers living in nonsaat district. this study was a survey questionnaire of 400. The main finding of the study indicated that most of this bank's customers were government officers 35.30% aged 25-30 years to 37% bachelor's degree from 59.70% to the attitudes of customers to come to the bank home loan customers give priority to employees with expertise in consulting, home loans. Low interest rates. The employees have to introduce useful information. And employees with good human relations. Beaming available The analysis of the competitive environment in the banking business, the environment, politics and law. Society and Culture Technology And physical impact on the positive side. Thailand because of political trends that tend to adapt better. Moreover, the government has issued a new set of measures to stimulate the economy to recover quickly. The economic impact negatively on housing loans. Thailand due to the economic downturn and still need time to recover again. Analysis of the competitive environment in the banking industry found that the threats affecting the business on a large scale is the threat of the bargaining power of buyers. Customers have the power to decide to use the service with any bank. Currently, there are very competitive. According to a study from the data of the query makes the project implementation to guide the increased mortgage pink banks nonsaat branch. Four projects were proposed as 1) Pichittuapichitjai project 2) Doladuayjaisaijaiduayrhao project 3) Permngenkhoosoodjai project 4) Yinghayingdaproject. These anticipated to achieve this branch's targets of the credit release up to individual cases and with a sum of 39 million Baht in 2015.

**Keywords:** Pink Bank Home Loan

## บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ธนาคารสีชมพูจึงต้องพัฒนาความสามารถเพื่อการแข่งขัน และเติบโตอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และสินเชื่อเคหะ เป็นผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างรายได้กับธนาคาร จึงทำให้ธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาดต้องวางแนวทางเพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะให้เพิ่มมากขึ้น ธนาคารสีชมพู ซึ่งเป็นสถาบันการเงินของรัฐ ก็ต้องแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งธนาคารของรัฐด้วยกันเอง ปัจจุบันธนาคารสีชมพูได้มีนโยบายการให้สินเชื่อ 4 กลุ่ม คือ 1. สินเชื่อบุคคล 2. สินเชื่อเคหะ 3. สินเชื่อพัฒนากลุ่มอาชีพ 4. สินเชื่อเพื่อสังคมและชุมชน (ฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์และการตลาดสินเชื่อลูกค้าบุคคล, 2558) [1] โดยสินเชื่อเคหะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารให้ความสำคัญมากที่สุด ในปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้นและเป็นสินเชื่อที่ต้องใช้หลักทรัพย์ในค้ำประกันและมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ซึ่งถือว่าสินเชื่อเคหะเป็นสินเชื่อที่มีความเสี่ยงต่ำ

ธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 347 ถ.มิตรภาพ ต.โนนสะอาด อ.โนนสะอาด จ.อุดรธานี 41240 เปิดบริการตั้งแต่วันที่ 7 ตุลาคม 2530 ปัจจุบันก้าวเข้าสู่ปีที่ 28 (ธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด, 2558) [2] ในด้านงานของสาขาลักษณะงานจะถูกแบ่งออกตามหน้าที่หลักๆ โดยในเรื่องการบริการพนักงานสาขาจะต้องมีการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ เช่น สินเชื่อ เงินฝาก ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุ บัตรเครดิต ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา ยอดสินเชื่อของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาดยังคงน้อยกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแต่ละปี ธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาดเป็นสาขาระดับกลางและมีพื้นที่ดูแลเป็นบริเวณกว้าง ผู้บริหารจึงมีนโยบายให้ธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาดเพิ่มยอดสินเชื่อบ้านเคหะให้บรรลุเป้าหมายปี ภายในเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2558 ดังนั้นจึงเป็นที่มาในการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด เพื่อศึกษาวิธีการและแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยนำแนวทางการตลาด มาใช้เพื่อวางแผนในการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย ในปี พ.ศ.2558 เป็นจำนวนเงินสินเชื่อเคหะ 39 ล้านบาท

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลของกลุ่มลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาด
3. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในธุรกิจธนาคาร
4. เพื่อกำหนดแนวทางทางการตลาดโดยมุ่งเน้นการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารสีชมพู สาขาโนนสะอาดให้เป็นไปตามเป้าหมาย

## วิธีดำเนินงาน

ประชากรที่ใช้ในการทำการศึกษาค้นคว้านี้ ได้แก่ ประชากรในเขตอำเภอโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี มีจำนวน 47,255 คน (อำเภอโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี, 2557) [5]

ทำการศึกษาโดยแจกแบบสอบถาม ด้วยวิธีการสอบถามจากประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอโนนสะอาด จำนวน 400 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เป็นเวลา 3 เดือน จาก มีนาคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2558 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย

กลุ่มลูกค้าที่อาศัยและทำงานในเขตพื้นที่อำเภอเมืองโนนสะอาด ตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่

1. สถานที่ราชการ ซึ่งประกอบด้วย ที่ว่าการอำเภอโนนสะอาด เทศบาลในอำเภอโนนสะอาด องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอโนนสะอาด
2. โรงพยาบาลในอำเภอโนนสะอาด สาธารณสุข อนามัย รพ.สต. ในอำเภอโนนสะอาด
3. เจ้าของกิจการ ร้านค้า ผู้ประกอบการต่างๆในอำเภอโนนสะอาด

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) ศึกษาลักษณะการกระจายของข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการกับธนาคารสีชมพู แบบสอบถามส่วนนี้สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการกับธนาคารสีชมพู ของผู้ตอบแบบสอบถามคำถามเป็นแบบเลือกตอบ โดยมีวัตถุประสงค์บันทึกข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการกับธนาคารสีชมพู

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะกับธนาคารสีชมพู แบบสอบถามส่วนนี้สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงาน/บุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สถานะภาพโสด อายุ 25-30 ปี การศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า อาชีพ รับราชการรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ใช้บริการสินเชื่อ ส่วนผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อนั้นใช้บริการกับธนาคารออมสิน เนื่องจากมีดอกเบี้ยที่ต่ำ เลือกซื้อบ้านเดี่ยว ราคา 1.00-2.00 ล้านบาท ถ้ามีอัตราดอกเบี้ยพิเศษสนใจที่จะใช้บริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี พบว่า ส่วนใหญ่การให้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

การอภิปรายผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้านกับธนาคาร มากที่สุดคือ วงเงินสินเชื่อสูงสุดของราคาประเมินหลักประกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ “สหรรษา สถิตสุขเสนาะ (2546)” [3] ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการให้วงเงินที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ และสอดคล้องกับการศึกษาของ “สังวาล ภูครองหิน (2553)” [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการ ที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการ ที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารสิริไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจผู้ประกอบการ 1 หัวทะเล นครราชสีมา อยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

การศึกษาแนวทางเพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะของธนาคารสิริชมพู สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษา ได้นำผลการศึกษาศาเหตุของปัญหาที่ยอดสินเชื่อเคหะลดลงและไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ธนาคารสิริชมพู สาขาโนนสะอาด ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมและการตัดสินใจ ที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อเคหะกับธนาคารออมสิน วิเคราะห์กับ ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะ ให้เป็นไปตามเป้าหมายปี 2558 ภายในเดือน ธันวาคม 2558 โดยมีรายละเอียดโครงการ ดังต่อไปนี้

#### โครงการที่ 1 พิชิตตัวพิชิตใจ

จากแบบสอบถาม ลูกค้าให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อเคหะ (ค่าเฉลี่ย 4.29, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72) ระดับมากที่สุด ดังนั้น จึงเสนอให้สาขาควรมีการจัดอบรมพนักงานทุกคนในสาขาให้ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษากับลูกค้าอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคารสิริชมพู

#### โครงการที่ 2 ดูแลด้วยใจ ใส่ใจด้วยเรา

จากแบบสอบถาม ลูกค้าให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยต่ำ (ค่าเฉลี่ย 4.24, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) ระดับมากที่สุด ดังนั้นจึงเสนอให้สาขาควรมีการจัดให้พนักงานออกไปพบลูกค้าเพื่อนำเสนอดอกเบี้ยและเงื่อนไขพิเศษต่างๆ ที่บ้าน ที่ทำงาน ตามหน่วยงานราชการ ที่ร้านค้า และเมื่อลูกค้าสนใจใช้บริการสินเชื่อก็ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารช่วยลูกค้าให้ได้รับความรวดเร็วและครบถ้วนของเอกสาร เพื่อที่จะดำเนินการส่งให้หน่วยประเมินและวิเคราะห์ ได้นำเสนอต่อคณะกรรมการในการอนุมัติต่อไป

#### โครงการที่ 3 เพิ่มเงินกู้สูงสุดใจ

จาก แบบสอบถาม ลูกค้าให้ความสำคัญกับการมีพนักงานออกไปพบแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์(ค่าเฉลี่ย 3.95, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87) ระดับมาก ดังนั้น จึงได้จัดตารางการเดินทางเพื่อแนะนำบริการและอัตราดอกเบี้ยแก่โครงการ หมู่บ้านต่างๆ ในอำเภอโนนสะอาด เพื่อพนักงานขายโครงการจะได้เข้าใจเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยและสิทธิพิเศษต่างๆ ของธนาคารจะได้ช่วยติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าให้ลูกค้าสนใจใช้สินเชื่อกับ ธนาคารสิริชมพู สาขาโนนสะอาด

#### โครงการที่ 4 ยิ่งหา ยิ่งได้

จากแบบสอบถาม ลูกค้าให้ความสำคัญกับการมีพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74) ระดับมากที่สุด ดังนั้น การขยายฐานสินเชื่อเป็นหัวใจหลักของธนาคาร พนักงานสินเชื่อมีส่วนอย่างยิ่งในการผลักดันและขยายฐานสินเชื่อดังกล่าวเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของธนาคารที่ต้องการเพิ่มยอดสินเชื่อในทุกๆ ปี ดังนั้นโครงการนี้จึงเป็นโครงการที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำยอดสินเชื่อเคหะ เพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่ธนาคารตั้งไว้ และเป็นขวัญกำลังใจให้กับพนักงานสินเชื่อที่มีความมุ่งมั่นทุ่มเท

## สรุป

การศึกษาแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขายสินเชื่อเคหะของธนาคารซีชมพู่ สาขาโนนสะอาด อุดรธานี ผู้ศึกษาได้นำผลการศึกษาศาเหตุของปัญหาที่ยอดสินเชื่อเคหะลดลงและไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ธนาคารซีชมพู่ สาขาโนนสะอาด ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมและการตัดสินใจ ที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อเคหะกับธนาคาร ซีชมพู่ วิเคราะห์กับ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มยอดขายสินเชื่อเคหะให้เป็นไปตามเป้าหมาย ภายในเดือน ธันวาคม 2558

## การวางแผนทางการตลาด

1. เพื่อแก้ไขปัญหายอดสินเชื่อที่ลดลง เนื่องจากพนักงานมีการเดินตลาดน้อยเกินไปทำให้ไม่สามารถพบลูกค้าเป้าหมายกลุ่มต่างๆได้ จึงมุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาด โดยการออกตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าในวันเสาร์ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดลูกค้าในแผนระยะสั้นและออกสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้ารายใหม่
2. การใช้แนวทางด้านการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ และการแจกเอกสารด้านสินเชื่อเพื่อกระตุ้นความต้องการใช้ของสินเชื่อของลูกค้า
3. การสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับกลุ่มลูกค้าเดิม ในแผนระยะยาวโดยการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับกิจกรรมสินเชื่อเคหะ

การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มยอดขายสินเชื่อเคหะ ธนาคารซีชมพู่ สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี โดยการศึกษพฤติกรรมทางเลือกใช้สินเชื่อบ้านและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.50 สถานภาพ โสด ร้อยละ 52.50 อายุ 25 – 30 ปี ร้อยละ 37 การศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 59.70 อาชีพ ข้าราชการ ร้อยละ 35.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 28 วัตถุประสงค์ในการใช้สินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัยเพื่อใช้ซื้อที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

พฤติกรรมทางเลือกใช้สินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัยพบว่า ลักษณะของบ้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้สินเชื่อเป็นบ้านเดี่ยว ร้อยละ 71.50 ไม่เคยใช้บริการเกี่ยวกับการกู้สินเชื่อบ้าน วงเงินที่ต้องการ 1,000,000 – 2,000,000 บาท ก่อนตัดสินใจใช้สินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัยมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขในการกู้ มีการเปรียบเทียบเงื่อนไขการกู้ของธนาคารซีชมพู่ กับธนาคารอื่นมีการศึกษาข้อมูลเงื่อนไขการกู้เปรียบเทียบกับธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงศรีฯ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ วงเงินสินเชื่อสูงสุดของราคาประเมินหลักประกัน ด้านราคา (Price) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ข้อที่มีค่ามากที่สุด คือ สามารถติดต่อกับการชำระค่างวดผ่านเคาท์เตอร์ธนาคารซีชมพู่ได้ทุกสาขา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ข้อที่มีค่ามากที่สุดคือ มีการให้ส่วนลดหรือยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียม ด้านบุคลากร (People) ข้อที่มีค่ามากที่สุด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ข้อที่มีค่ามากที่สุด คือ ภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงาน เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ข้อที่มีค่ามากที่สุด คือ ระเบียบขั้นตอนต่างๆ ในการบริการไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด หรือ PESTE Analysis สรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อธุรกิจ ส่วนทางด้านเศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันพบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับมาก คือ ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อและการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน เนื่องจากลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการกับธนาคารใดก็ได้ โดยปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมาก ธนาคารจึงต้องมีการทำแนวทางการตลาดเชิงรุกเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่วนด้านภัยจากคู่แข่งของธนาคารที่จะเข้ามาใหม่มีระดับความรุนแรงต่ำเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูง อำนาจต่อรองของผู้ขายมีน้อยภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนต่ำ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) พบว่าธุรกิจสินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัย มีโอกาสจากช่องว่างทางการตลาด และความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เมื่อพิจารณาถึงโอกาสที่ได้จากภายนอกและจุดแข็งของธุรกิจเพื่อสร้างแนวทางการแข่งขันได้เปรียบในการแข่งขัน หรือจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคภายนอกแปลงวิกฤตให้เป็นโอกาสและใช้โอกาสที่ได้เพื่อแก้ปัญหาจุดอ่อน

### ข้อเสนอแนะ

- 1) หลังจากดำเนินโครงการตามแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน สาขาโนนสะอาด จังหวัดอุดรธานี ทั้ง 4 โครงการแล้ว ควรมีการประเมินโครงการว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ รวมทั้งมีการประเมินสถานการณ์ซ้ำ เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของสาขา ให้สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 2) ข้อเสนอแนะสำหรับเขต ภาค และสำนักงานใหญ่  
ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อต้องมีความรวดเร็ว  
ลดปริมาณเอกสารที่ต้องใช้ในการประกอบการขอสินเชื่อ  
ทางเลือกของอัตราดอกเบี้ยควรมีหลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น  
วิธีการติดตามผลควรมีช่องทางการติดตามผลที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารออมสิน. (2558). ฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์และการตลาดสินเชื่อลูกค้าบุคคล. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.gsb.or.th>
- [2] ธนาคารออมสิน. (2558). ฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์และการตลาดสินเชื่อลูกค้าบุคคล. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.gsnet.gsb>
- [3] สหรรษา สติสุขเสนาะ. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [4] สว่างวล ภูครองหิน. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการ ที่มีต่อการให้บริการ สินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน): ศึกษากรณีศูนย์ธุรกิจผู้ประกอบการ 1 หัวทะเล นครราชสีมา. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
- [5] อำเภอโนนสะอาด. (2558). ประชากร. โนนสะอาด. อำเภอโนนสะอาด