

กลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

STRATEGIC PLANNING TO INCREASE SALES OF HOUSING LOAN BY KASIKORN BANK PUBLIC COMPANY LIMITED, SRICHAN ROAD BRANCH, MUANG KORN KAEN DISTRICT, KORN KAEN PROVINCE

ณพรัช เทวฤทธิ์¹
ชัยญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกสินเชื่อที่อยู่อาศัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินเชื่อ และกำหนดแผนกลยุทธ์เพิ่มยอดขายสินเชื่อ ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อ เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง พฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย พบว่า ต้องการผ่อนชำระหนี้ 20-30 ปี ธนาคารพิจารณาอนุมัติ 7 ถึง 15 วัน ต้องการวงเงิน 1,000,000-2,000,000 บาท มีการเปรียบเทียบ และหาเงื่อนไขการกู้ยืม ศึกษาวงเงินสินเชื่อก่อนตัดสินใจ ต้องการเป็นลูกค้าสินเชื่อกับธนาคารกสิกร เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้านทวีทรัพย์กสิกรไทย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านที่อยู่อาศัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความหลากหลายและยืดหยุ่นในตัวผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ด้านราคา คือ ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีความสะดวกในการชำระค่างวดผ่านเคาเตอร์ธนาคารทุกสาขา ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการให้ของขวัญ ของกำนัล หรือการอวยพรเนื่องในโอกาสต่างๆ ด้านบุคลากร คือ พนักงานสามารถทำงานทดแทนกันได้ ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ และด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ มีที่นั่งพักระหว่างรอในการให้บริการ กำหนดกลยุทธ์เพิ่มยอดขายสินเชื่อที่อยู่อาศัย ได้ 3 โครงการ ดังนี้ 1) โครงการการตลาดเชิงรุก 2) โครงการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน โดยใช้งบประมาณส่วนกลางของสำนักงานใหญ่ 3. โครงการบ้านพร้อมเพรียง

คำสำคัญ : กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายสินเชื่อ ที่อยู่อาศัย ธนาคารกสิกรไทย

Abstract

This independent study aimed to study 1) study house buying behavior and factors that influential to buying decision and 2) set strategies to increase sales of house loan at Kasikorn Bank. Srichan Road branch. The result was founded that almost samples were female by the age of 41-50 years with bachelor's degree and self-employed business with lower income 30,000 baht. Most of them would like to buy land and building. They would like to take 20-30 years installment period. The preferable approval process is 7-15 days. Preferable loan amount is 1,000,000-2,000,000 baht. They made a comparison of loan condition with other banks before making loan decision. They mostly gained loan information from bank officers and looking for loan condition. They want to study credit limit before applying for loan. They also would like to be a customer of house loan at Kasikorn Bank. Factors influential to house buying in terms of product are a variety of product and Price factor is installment amount must be appropriate. Distribution factor is a convenient payment though bank counters every branch. Promotion factor is Giving gifts and greeting in each opportunity. Personal is employee can work in place of others. Process factor is convenient and fast service. Physical creation and presentation factor is have seating room while waiting service. From the study, has set 3 projects to increase sales of house loan as following; 1) proactive marketing, 2) training and human development, 3) unison home. Kasikorn Bank. Srichan Road branch is expected customer can recognize product and good service from kasikorn bank and potential employee and to increase sales of house loan at Kasikorn Bank. Srichan Road branch more.

Keywords : Strategic Planning , Housing Loan , Kasikorn Bank

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
โทรศัพท์ 080-410-1123 Email : napharach.t@kasikornbank.com

² รองศาสตราจารย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

วิกฤตเศรษฐกิจการเงินของไทยปี 2540 และวิกฤต Subprime ในสหรัฐฯ แสดงให้เห็นว่าระบบเศรษฐกิจตลาดการเงินและตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีความเชื่อมโยงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ตามวัฏจักรเศรษฐกิจที่ผันแปรไปนั่นเอง โดยในช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวดีกิจกรรมทางเศรษฐกิจและธุรกิจต่างๆ สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนทั้งคนไทยและต่างชาติดีทำให้การลงทุนและระดมทุนผ่านตลาดการเงินมีมากขึ้น เพราะได้ผลตอบแทนที่ดีและมีสภาพคล่องสูงขณะที่สถาบันการเงินต่างๆ มีความเต็มใจที่จะปล่อยสินเชื่อและภาคครัวเรือนมีรายได้สูงขึ้นทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยในตลาดปรับเพิ่มขึ้นทั้งเพื่ออยู่อาศัยจริงเพื่อลงทุนและเพื่อเก็งกำไร (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, เมษายน 2559)

สินเชื่อที่อยู่อาศัย ในช่วงปีที่ผ่านมาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดเติบโตค่อนข้างมากทั้งในบริเวณรอบระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพฯ และตามหัวเมืองใหญ่ ผลของน้ำท่วมในปี 2554 นอกจากนี้ราคาที่ดินในแถบกรุงเทพฯ ชั้นในปรับสูงขึ้นจนไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนสร้างบ้านเดี่ยวสำหรับตามหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัดอาคารชุดที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นเมืองท่องเที่ยวและมีสถานศึกษาขนาดใหญ่รองรับอยู่รวมทั้งบางส่วนเพื่อรองรับการขยายธุรกิจหลังการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจของอาเซียนในปี 2558 หลังจากที่ชะลอลงมากหลังน้ำท่วมส่งผลให้ตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อหลักยังเป็นธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจในสัดส่วนประมาณร้อยละ 58 และ 42 ของสินเชื่อที่อยู่อาศัยทั้งหมดตามลำดับ (เมธี สุภาพงษ์, 2557, พัฒนาระบบการเงินไทย “แข่งได้ เข้าถึง เชื่อมโยง ยั่งยืน” (บริษัท ซีบีอาร์อี ประเทศไทย, เมษายน 2559))

ธนาคารกสิกรไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายนพ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาทและพนักงานชุดแรกเริ่มเพียง 21 คนมีอาคารซึ่งเป็นสาขาสำนักงานเสื่อป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรกการดำเนินงานของธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีเพียง 6 เดือนหรือเพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุดณวันที่ 31 ธันวาคมพ.ศ. 2488 มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาทมีสินทรัพย์ 15 ล้านบาทโดยณวันที่ 31 ธันวาคมพ.ศ. 2558 มีทุนจดทะเบียน 30,486 ล้านบาทมีสินทรัพย์จำนวน 2,555,305 ล้านบาทเงินรับฝากจำนวน 1,705,379 ล้านบาทเงินให้สินเชื่อจำนวน 1,609,887 ล้านบาทมีสาขาและสำนักงานย่อยในประเทศจำนวน 1,120 สาขาแบ่งเป็นเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 314 สาขาและส่วนภูมิภาคจำนวน 806 สาขา (รายงานประจำปี บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2558)

ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาถนนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่นจังหวัดขอนแก่นเป็นอีกสาขาหนึ่งของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่เลขที่ 182/22 หมู่ 4 ถนนศรีจันทร์ตำบลในเมืองอำเภอเมืองขอนแก่นจังหวัดขอนแก่นให้บริการลูกค้าประกอบด้วยบริการด้านเงินฝากบริการด้านเงินโอนบริการด้านการชำระสินค้าและบริการด้านตราสารธนบัตรต่างประเทศและเงินตราต่างประเทศบริการด้านบัตรเครดิตบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กึ่งบริการด้านสินเชื่อบริการด้านการประกันภัยและบริการด้านการลงทุนในกองทุนต่างๆ

ในส่วนของการบริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย นั้น ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาถนนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น มีทางเลือกสำหรับการบริการให้แก่ลูกค้าอยู่ 3 รูปแบบ ประกอบด้วย

1. สินเชื่อบ้านกสิกรไทย (K-Home Loan)
2. สินเชื่อบ้านทวีทรัพย์กสิกรไทย (K-Home Equity)
3. สินเชื่ออเนกประสงค์กสิกรไทย (K-Home Loan for Multi Purpose)

ซึ่งการบริการดังกล่าวได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มต่างๆ อย่างไรก็ตามการบริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยนั้นในช่วงสามปีที่ผ่านมาประสบปัญหาในเรื่องของความพร้อมของการทำสัญญาในสินเชื่อของลูกค้าด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยทั้งคุณสมบัติ รายได้ ความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้าด้านสินเชื่อที่มา

ใช้บริการ ประกอบกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการยังมีจำนวนน้อยและเป็นไปในทิศทางที่ไม่แน่นอน จำนวนลูกค้า ในปี 2556 ยังมีจำนวนที่น้อย ถัดมาในปี 2557 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในปริมาณที่น่าพอใจแต่ในแง่ของการประเมินตามส่วนแบ่งทางการตลาดยังเป็นสัดส่วนที่น้อยอยู่เช่นเดิม ในปี 2558 มีการปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากปี 2557 ซึ่งจากสภาพปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความผันผวนของการใช้บริการของลูกค้าด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ที่ส่งผลโดยตรงต่อยอดสินเชื่อด้านที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จะสามารถดึงดูดลูกค้าด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เข้ามาใช้บริการด้านสินเชื่อด้านที่อยู่อาศัยให้มากขึ้นนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้มีจุดเด่นเหนือกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น เน้นการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุด โดยการเข้าใจถึงปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของลูกค้าด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่นจังหวัดขอนแก่นเพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้นำไปปรับปรุงพัฒนาการบริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอันจะเป็นการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยได้ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จึงต้องการศึกษา “กลยุทธ์ในการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น” ทั้งนี้เพื่อการปรับปรุงยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้มีการเพิ่มขึ้นได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมลูกค้าด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของลูกค้าด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์อำเภอเมืองขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 – เมษายน 2559 จำนวนรวมทั้งสิ้น 85 คน ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครซี่และมอร์แกน (Robert V. Krejcie and Eayle W. Morgan, 1970, หน้า 608-609 อ้างถึงใน ธานินทร์,2551,หน้า45) จำนวน 70 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเปลี่ยนธนาคาร โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ส่วนนี้สอบถามเพื่อให้ทราบข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของผู้ตอบ

แบบสอบถาม โดยข้อมูลที่สอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร

ส่วนที่ 2 สอบถามผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เป็นการสำรวจความคิดเห็นว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย หรือน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ดำเนินการศึกษา

การศึกษากลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาถนนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร สิ่งพิมพ์ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านพฤติกรรมการเปลี่ยนธนาคารของผู้ใช้บริการ

2. นำข้อมูลที่ได้ศึกษาและรวบรวมปรับปรุงให้เหมาะสม กำหนดปัจจัยและกรอบแนวคิดในการสร้างคำถามเพื่อที่จะได้ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนสมบูรณ์

3. สร้างแบบสอบถาม โดยการใช้หลักทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps)

4. ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbachs' alpha coefficient) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try-Out) กับลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สาขาถนนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) แล้วนำแบบสอบถามดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น ซึ่งผลการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้ค่า เท่ากับ 0.93 ค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)

2. วางแผนกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาถนนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.6 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.1 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.4 ประกอบอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.6 และมีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 55.7

พฤติกรรมการเลือกสินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ธนาคาร 20 – 30 ปี ระยะเวลาที่อนุมัติ 7 ถึง 15 จำนวนวงเงินสินเชื่อ 1,000,000-2,000,000 บาท บาท หาข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขในการกู้ก่อนตัดสินใจซื้อ ศึกษาก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้าน ต้องการเป็นลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย ทราบข้อมูลสินเชื่อ จาก สื่อต่างๆ มีการเปรียบเทียบเปรียบเทียบเงื่อนไขการกู้ กับธนาคารอื่น และเลือก

ใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้านทวีทรัพย์กสิกรไทย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีความหลากหลายและยืดหยุ่นในตัวผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้าน ด้านราคา (price) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระเหมาะสม ด้านบุคลากร (People) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงานสามารถทำงานทดแทนกันได้ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีที่นั่งพักระหว่างรอในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีการให้ของขวัญ ของกำนัล หรือการอวยพรเนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น วันเกิด ปีใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีความสะดวกในการชำระค่างวดผ่านเคาเตอร์ธนาคารทุกสาขา

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) พบว่า

จุดแข็ง (Strength) บมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มีฐานลูกค้าเป็นบริษัทและร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงสาขา สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการโดยที่พนักงานเป็นคนในพื้นที่ที่มีความคุ้นเคยและรู้จักลูกค้าเป็นอย่างดีประกอบกับธนาคารกสิกรไทยเป็นสถาบันการเงินที่ดี มีธรรมาภิบาลจากชื่อเสียงและการยอมรับ

จุดอ่อน (Weakness) พนักงานสินเชื่อบมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขานนศรีจันทร์ มีจำนวนจำกัดไม่เพียงพอในการให้บริการและธนาคารยังขาดการทำตลาดในเชิงรุก

โอกาส (Opportunities) ตลาดสินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นในอนาคต จากนโยบายส่งเสริมภาคอสังหาริมทรัพย์จากรัฐบาลประกอบกับการขยายตัวของตัวเมืองในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการค้า การลงทุนจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

อุปสรรค (Threats) มีการแข่งขันรุนแรงโดยมีธนาคารพาณิชย์อื่นที่เป็นคู่แข่งตั้งอยู่บริเวณโดยรอบรวมทั้งมีความเสี่ยงในเรื่องหนี้เสีย เพราะ สภาพเศรษฐกิจของประเทศเกิดการชะลอตัว

จากการศึกษาสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อยอดสินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัย ธนาคารกสิกรไทย สาขานนศรีจันทร์ ได้จำนวนทั้ง 3 โครงการ

1. โครงการทำตลาดเชิงรุก เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น งบประมาณไม่มีค่าใช้จ่าย
2. โครงการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความสามารถ และพัฒนาศักยภาพในตัวบุคคลของพนักงานภายในองค์กร ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า งบประมาณส่วนกลางของสำนักงานใหญ่
3. โครงการบ้านพร้อมเพรียง เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่มีความต้องการทำสินเชื่อบ้านที่อยู่อาศัยกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น งบประมาณจากเงินรายได้จากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เอกสารที่ใช้ในการประกอบการพิจารณาสินเชื่อเหมาะสม ดังนั้น ธนาคารควรมีการอธิบายขั้นตอนเกี่ยวกับการดำเนินการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้ชัดเจน
- 2) ด้านราคา ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่า ดังนั้น ธนาคารควรมีการพิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ จุดให้บริการครอบคลุมและทั่วถึง ดังนั้น ควรมีการสร้างช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีความครอบคลุม
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการสร้างสิทธิพิเศษให้แก่ลูกค้าขั้นดี ดังนั้น ควรให้ความสำคัญโดยการสร้างสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การส่งการ์ดอวยพรในวันเกิดหรือการมอบกระเช้าอวยพรในช่วงเทศกาลปีใหม่ เป็นต้น
- 5) ด้านบุคลากร ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานมีการติดต่อสื่อสารอธิบายอย่างถูกต้อง เข้าใจง่ายและน่าเชื่อถือ ดังนั้น พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน
- 6) ด้านกระบวนการให้บริการ ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยากและมีความยืดหยุ่น ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการดำเนินการเพื่อการเตรียมความพร้อมที่เหมาะสมในการเข้ารับบริการ
- 7) ด้านหลักฐานทางกายภาพ ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สถานที่จอดรถกว้างขวาง มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงโดยการให้พนักงานกระตือรือร้นในการทำงาน อย่างเรื่องที่จอดรถพนักงานรักษาความปลอดภัยควรมีการออกให้บริการตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการได้รับทราบความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง
2. ควรมีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์อื่นในเมืองขอนแก่นเพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบและปรับใช้กลยุทธ์ให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] กลีกรไทย, ธนาคาร, รายงานประจำปี 2558.
- [2] ธาณิชร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : บิสนเนสฮาร์แอนด์ดี.
- [3] เมธี สุภาพงษ์. (2558). พัฒนาระบบการเงินไทย “แข่งได้ เข้าถึง เชื่อมโยง ยั่งยืน. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www. Thaipublica.org>2015/12>bot-meet-the...>
- [4] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ปี 2558. บททดสอบความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการ... ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงที่หลากหลาย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.kasikornresearch.com>.