

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

The Decision to Choose the Home Loan Service Among The Customers of The Government
Savings Bank in Bangkok and its Vicinity

นางสาวจุฑามาศ ติระโคตร

สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Jutamas Tirakote

E-mail : j.jutamast3@gmail.com

Finance and Banking, Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์และลักษณะด้านที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประชากรคือลูกค้าของธนาคารออมสินที่มาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64.50 อายุอยู่ที่ระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 59.50 มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 30,001 – 45,000 บาท ร้อยละ 51.00 และประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.30 2.) ลักษณะด้านที่อยู่อาศัย พบว่า พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเภททาวน์เฮาส์และทาวน์โฮม คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาเป็น คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 28.30 และบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.50 ส่วนใหญ่มีระดับราคาสูงกว่า 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.00 มีวัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ขอสินเชื่อเพื่ออยู่อาศัยเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 65.50 และมีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อส่วนใหญ่เพื่อซื้อ คิดเป็นร้อยละ 52.80 3) ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในกลุ่ม พบว่า โดยรวมส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ

แบบสอบถาม อยู่ในระดับมาก 4) ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินแตกต่างกัน และผู้ใช้บริการที่มีลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ABSTRACT

The research on the decision to choose the home loan service among the customers of the Government Savings Bank in Bangkok and its vicinity was a survey research. The objective of this independent study was to investigate customers' decision for home loan service of Government Savings Bank in Bangkok and its vicinity. The sample of this study was 400 home loan service customers of Government Savings Bank in Bangkok. The statistics used in the research were Percentage Mean S.D. t-test and ANOVA.

The results of this study indicated that 1) Personal information of the person , most of them were females 64.50% Age between 30 – 39 years old 59.50% The majority graduated with a bachelor's degree 59% Occupation were private company employees 51.30% monthly income between 30,001 – 45,000 baht 2) home characteristics mostly were townhouse / townhome 35.50% follow by Condominium 28.30% and single-detached house 25.50% price range were mostly more than 3,000,000 baht 42%. The propose mostly was for living only 65.50%. 3) Overall decision of the sample for home loan service was at the high level. The samples with different education backgrounds and Occupation have different factors affecting the decision in choosing housing loan provided by Government Savings Bank. 5. The samples with different types of housing and purpose of owning houses have different factors affecting the decision in choosing housing loan provided by Government Savings Bank.

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของมนุษย์ในการดำรงชีวิต และถือเป็นการสร้างความมั่นคง ความปลอดภัย โดยที่อยู่อาศัยยังเป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตจึงทำให้ประชาชนที่ไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองมีความรู้สึกและความต้องการที่จะซื้อที่อยู่อาศัย สำหรับแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อที่อยู่อาศัยต้องใช้เวลาเก็บออมร่วมกับเงินกู้จากสถาบันการเงินเป็นหลัก โดยเงินออมส่วนใหญ่จะใช้สำหรับค่าใช้จ่ายเบื้องต้น เช่น ค่าใช้จ่ายการดาวน์ ค่าใช้จ่ายจดจำนอง ค่าส่วนกลาง เป็นต้น ส่งผลให้ภาคอสังหาริมทรัพย์กลายเป็นส่วน

สำคัญลำดับต้นๆในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2566 มีปัจจัยบวก ได้แก่ กำลังซื้อที่ทยอยฟื้นตัว การเปิดประเทศที่จะช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการฟื้นตัวของภาคธุรกิจต่างๆ ในประเทศ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ส่งสัญญาณบวกไปถึงตลาดอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย สำหรับปัจจัยลบที่ส่งผลต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การควบคุมความเสี่ยงระบบการเงินด้วยมาตรการ LTV ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณลดความร้อนแรงของการขยายการลงทุนในตลาดบ้านใหม่ลง และยังกระทบต่อตลาดบ้านมือสอง ประกอบกับทิศทางดอกเบี้ยขาขึ้น อย่างไรก็ตามสภาพรวมความต้องการในด้านที่อยู่อาศัยในตลาดอสังหาฯ น่าจะกลับมาคึกคักอีกครั้งในระดับราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท (ข้อมูลศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2565)

การแข่งขันด้านธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยในปี 2566 ในระยะแรกอาจมีชะลอตัวเล็กน้อยในช่วงแรกเนื่องจากมาตรการผ่อนคลาย LTV ได้หมดระยะเวลาโครงการไปในเดือนธันวาคม 2565 ประกอบกับดอกเบี้ยขาขึ้น อย่างไรก็ตามสถาบันการเงินยังคงเดินหน้าสร้างความเติบโตทางธุรกิจโดยกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยคงเป็นไปในทิศทางเดียวกับธุรกิจอื่นๆที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

สินเชื่อที่อยู่อาศัยเป็นสินเชื่อประเภทหนึ่งที่ธนาคารออมสินให้บริการ เพื่อให้การสนับสนุนความต้องการเงินกู้ของประชาชนในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม โดยลักษณะสินเชื่อประกอบไปด้วยหลายวัตถุประสงค์ เช่น เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อผ่อนจ่านองจากสถาบันการเงินอื่นพร้อมทั้งกู้เพิ่มเติมเพื่อก่อสร้าง เพื่อซื้อทรัพย์สิน NPA เป็นต้น ซึ่งในแต่ละวัตถุประสงค์จะมีกรอบนโยบายในการปล่อยสินเชื่อที่แตกต่างกัน

จากความสำคัญและสถานการณ์การตลาดของสินเชื่อที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ประกอบไปด้วย ราคาที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนทางการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกทั้งเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาลักษณะด้านที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีขอบเขตดังนี้

ตัวแปรอิสระ

1) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพของลูกค้าธนาคารออมสินที่มาใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2) ลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ประเภทที่อยู่อาศัย ราคาที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่

ตัวแปรตาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย เงินสินเชื่สูงสุดที่ธนาคารให้ได้ อัตราดอกเบี้ย ความรวดเร็วในการดำเนินการ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ การให้บริการที่ดีของพนักงาน การจัด Promotion และความหลากหลายของช่องทางการติดต่อ

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้คือลูกค้าของธนาคารออมสินที่มาใช้บริการสินเชื่ที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล และสรุปผล เริ่มศึกษาตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 จนถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 4 เดือน

นิยามศัพท์

สินเชื่อที่อยู่อาศัย หมายถึงสินเชื่อที่ทางสถาบันการเงินปล่อยให้กับบุคคลทั่วไปสำหรับการซื้อหรือสร้างที่อยู่อาศัย รวมถึงการไถ่ถอนสินเชื่อจากสถาบันการเงินอื่น

ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ได้แก่ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง สาเหตุที่ทำให้ผู้ขอสินเชื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน สามารถจำแนกได้เป็น วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ อัตราดอกเบี้ย ความรวดเร็วในการดำเนินการ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ และการให้บริการที่ดีของพนักงาน การจัด Promotion และความหลากหลายของช่องทางการติดต่อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. ได้ทราบลักษณะด้านที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

จากการศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการในการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ โดยซึ่งอาจจะมีการตัดสินใจจากความเคยชิน หรือพิจารณาถึงเหตุผลกระบวนการ และผลลัพธ์ที่จะตามมา โดยมีนักวิชาการได้ตีความและให้ความหมายไว้ ดังนี้

โกวิท กังสนันท์ (2556: 3) ได้ให้ความหมายในการตัดสินใจไว้ว่าเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงสถานะที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลายตัวเลือกและจะต้องเปรียบเทียบว่าผลที่เกิดจากตัวเลือกต่างๆก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตัวเลือกใดตัวเลือกหนึ่งเพื่อที่จะนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ โดยขายในราคาซึ่งผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย รวมถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้มีความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามในการจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้า

ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง สินเชื่อที่ให้แก่บุคคลทั่วไปเพื่อจัดหาอสังหาริมทรัพย์มาใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัย แยกเป็นการจัดหาที่ดินเพื่อปลูกสร้างบ้าน หรือที่ดินพร้อมบ้านที่อยู่อาศัย ห้องชุดในอาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยรวมทั้งอาคารพาณิชย์และตึกแถว

เงินดาวน์ (Down Payment) คือ จำนวนเงินสดที่จะต้องสมทบในวันแรกของโดยการกู้ยืมซึ่งมักถูกกำหนดให้เป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาบ้านที่ต้องการซื้อ

เงินต้น (Principal) คือ จำนวนเงินที่กู้จากธนาคารเพื่อใช้ร่วมกับเงินดาวน์ในการซื้อบ้าน

ระยะเวลากู้ยืม (Term/Tenure) คือ จำนวนปีการผ่อนชำระ โดยทั่วไปจะถูกแบ่งออกเป็นงวดหรือจำนวนเดือน เช่น 60 งวด

ดอกเบี้ย (Interest) คือ ค่าใช้จ่ายในการกู้ยืมที่ต้องจ่ายแก่ผู้ให้กู้ โดยปกติอัตราดอกเบี้ยจะคิดเป็นร้อยละต่อปีและโดยถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทแบบลอยตัว เช่น MLR และ MRR

หลักการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยประจำปี 2566 มีหลักเกณฑ์ดังนี้

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศใช้หลักเกณฑ์การกำกับดูแลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและสินเชื่ออื่นที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อยกระดับการพิจารณาสินเชื่อ (credit underwriting standards) ของสถาบันการเงิน โดยมีเพดานอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (LTV ratio) ดังนี้

ลักษณะสัญญาสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย	เพดาน LTV ratio
กรณีมีมูลค่าหลักประกันต่ำกว่า 10 ล้านบาท	
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสัญญาที่หนึ่ง ¹	ร้อยละ 100
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสัญญาที่สอง	
- ผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสัญญาที่หนึ่งมาแล้วตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป	ร้อยละ 90
- ผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสัญญาที่หนึ่งมาแล้วน้อยกว่า 2 ปี	ร้อยละ 80
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยตั้งแต่สัญญาที่สามเป็นต้นไป	ร้อยละ 70
กรณีมีมูลค่าหลักประกันตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป	
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสัญญาที่หนึ่ง	ร้อยละ 90
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสัญญาที่สอง	ร้อยละ 80
สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยตั้งแต่สัญญาที่สามเป็นต้นไป	ร้อยละ 70
กรณีปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของลูกหนี้ที่ปลอดภาระหนี้	ร้อยละ 100

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายคล้ายคลึงกัน ดังนี้ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำ

ดังกล่าวด้วย แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (The Concept of Consumer Behavior) จึงมีผู้พยายามเสนอแนวคิด (concept) หรือแบบจำลอง (model) ขึ้นหลายรูปแบบ ในที่นี้ขอเสนอตามลำดับกันไปดังต่อไปนี้ แบบจำลองของคอตเลอร์และอาร์มสตรอง (model of consumer behavior by Philip Kotler and Gary Armstrong) ฟิลิปคอตเลอร์เป็นผู้มีชื่อเสียงทางด้านการตลาดในยุคปัจจุบัน ได้กำหนดแบบจำลองของการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น (marketing and other stimuli) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยที่เรียกว่าส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) ประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การวางจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการขาย (promotion) ส่วนปัจจัยกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (economic) เทคโนโลยี (technological) การเมือง (political) และวัฒนธรรม (cultural) ส่วนปัจจัยอื่น ได้แก่ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ อาจชี้ให้เห็นอำนาจซื้อของผู้บริโภค หากเศรษฐกิจเจริญและวัฒนธรรมของแต่ละพฤติกรรมกระตุ้นใจซื้อของผู้บริโภค

ทฤษฎีเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท แก่ แนวราบและแนวสูงหรือแนวตั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวราบ

บ้านเดี่ยว : ตั้งอยู่เดี่ยวๆ เนื้อที่กว้างขวาง มีรั้วรอบขอบชิด ตามกฎหมายได้กำหนดขนาดไว้ว่า ต้องมีขนาดไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา โดยที่ดินจะต้องมีหน้ากว้างติดถนนไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และลึก 20 เมตร

บ้านแฝด : บ้านที่สร้างขึ้นเป็นคู่ เป็น 2 หลัง แต่มีฝาบ้านติดกัน มีลักษณะคล้ายกับบ้านเดี่ยวแต่น้อยกว่า ซึ่งการที่จะเป็นบ้านแฝดที่ได้ตามกฎหมายนั้นกำหนดไว้ว่าจะต้องมีขนาดที่ดินไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา และคูหนึ่งต้องมีความกว้างของที่ดินไม่ต่ำกว่า 16 เมตร ซึ่งแบ่งเป็นข้างละ 8 เมตร

ทาวน์เฮ้าส์ : ตามกฎหมายทาวน์เฮ้าส์จะต้องมีขนาดที่ดินไม่เกิน 16 ตารางวา และมีขนาดความกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร ลึก 16 เมตร

อาคารพาณิชย์ : เรียกอีกอย่างว่าที่ตึกแถว นิยมในชุมชนเมือง เพราะนอกจากจะอยู่อาศัยได้แล้ว ยังใช้เป็นสถานที่ประกอบธุรกิจได้อีกด้วย และเนื่องจากมีพื้นที่ไม่มาก จึงนิยมก่อสร้างหลายชั้น

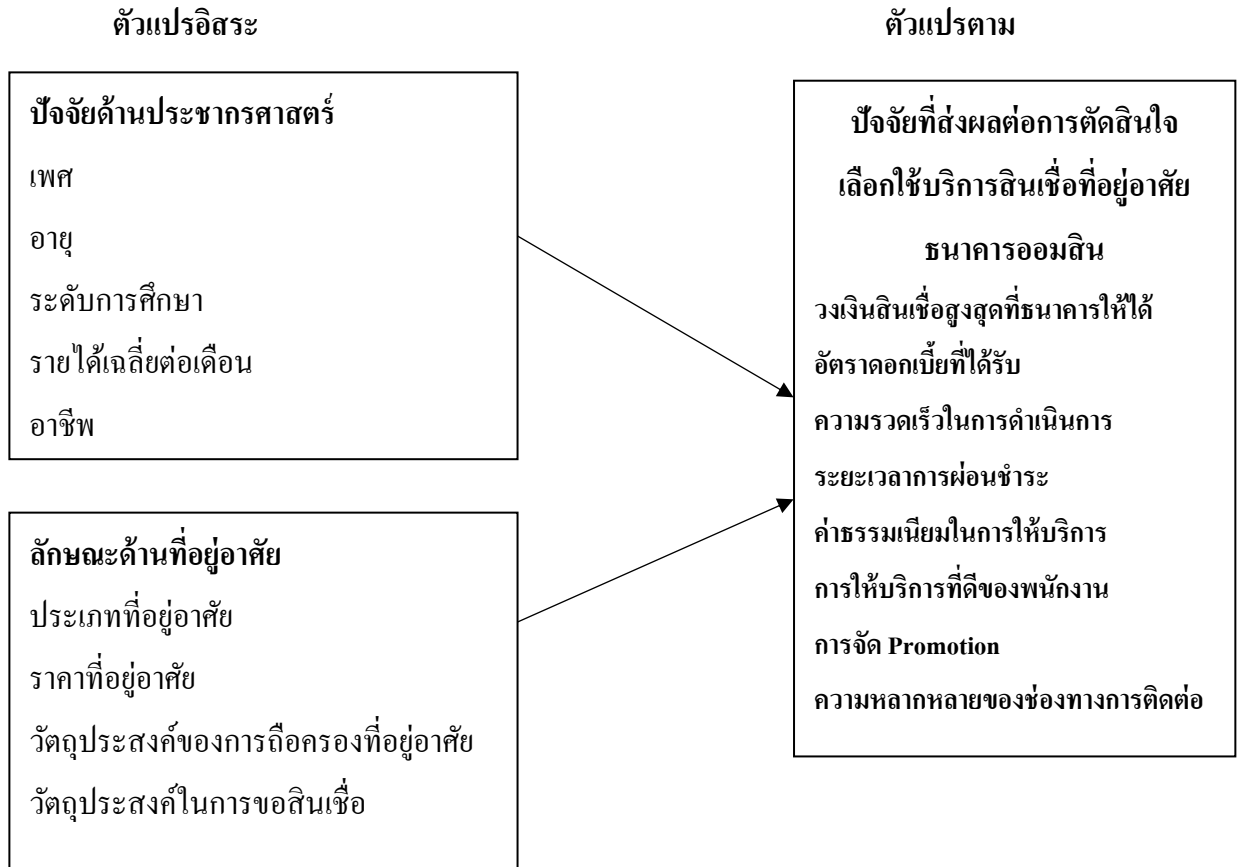
แนวตั้ง

คอนโดมิเนียม : เรียกกันอีกอย่างว่าอาคารชุด ที่มีหลายชั้น แต่ละชั้นประกอบด้วยห้องพักจำนวนมาก และมักจะตั้งอยู่ในทำเลดี สะดวกต่อการเดินทาง และจะมีการกำหนดข้อตกลงต่างๆ หรือค่าใช้จ่ายส่วนกลางเพื่อการดูแลทรัพย์สินส่วนกลางด้วย

โรงแรม : ลักษณะคล้ายคอนโดมิเนียม แต่มีการแบ่งประเภทตามลักษณะต่างๆ

อพาร์ทเมนต์ : ลักษณะคล้ายกับคอนโดมิเนียม หรือ ตึกแถว ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี เดินทางสะดวก สร้างหลายชั้นและประกอบด้วยห้องพักจำนวนมาก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 1,980 คน (ที่มา : สรุปรายงานสินเชื่อที่อยู่อาศัย ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2566)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำของธนาคารออมสินที่มาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยใช้หลักการของยามานะ (Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 คน ดังนี้ (Taro Yamane, 1973:725)

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

กำหนดค่าตามสูตรดังนี้

n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากรที่ต้องการ

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สามารถแทนค่าตามสูตร คือ

$$= 1,980 / [1 + 1,980 (0.05)^2]$$

$$= 1,980 / 5.95$$

$$= 332.7731$$

กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 333 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อสำรวจแบบสอบถามในกรณีที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นลักษณะของแบบสอบถาม (Questionnaire) ในหัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ประเภทที่อยู่อาศัย ราคาที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่สอบถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ในลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item –Objective Congruence : IOC) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญทำการประเมิน จำนวน 3 ท่าน ประกอบไปด้วย นางกนกศรี สวयरูป ผู้เชี่ยวชาญ สายงานบริหารความเสี่ยง ธนาคารออมสิน นางสาวบุษกร อนันต์สุชาติกุล รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารความเสี่ยงเครดิต ธนาคารออม

สิน และนายพีระพล วงศ์ขยาย ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย หน่วยบริหารพอร์ตสินเชื่อ ฝ่ายบริหารความเสี่ยง เครดิต ธนาคารออมสินทำการประเมินและให้คะแนนข้อคำถามโดยข้อคำถามที่มี IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้อง ส่วนข้อคำถามใดที่มีค่าน้อยกว่า 0.50 ให้ทำการปรับปรุง

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปทดสอบ (Try-out) กับลูกค้าที่มีลักษณะใกล้เคียง กับกลุ่มประชากรที่จะศึกษาจำนวน 40 ชุด โดยให้ตอบเป็นรายบุคคล เช่นเดียวกับการใช้แบบสอบถามตาม สถานการณ์จริงทุกประการ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น

4. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการนำข้อคำถามในด้านที่เป็น Rating Scale เข้ามาทดสอบ โดยใช้ SPSS ซึ่งจะได้ค่าแอลฟา ซึ่งผลการวิเคราะห์จะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.904 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากลูกค้าธนาคารออมสินที่เข้ามาใช้ บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยก่อนทำการ สอบถามได้มีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการจัดทำวิจัย และลักษณะของแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความเข้าใจและกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองผ่าน google form อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้ ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. รายงานสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารออมสิน ไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2566
2. ประกาศ/หนังสือเวียน ธนาคารแห่งประเทศไทย
3. บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. ข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เช่น นักวิเคราะห์อิสระ Youtube เกี่ยวกับข้อมูลภาค อสังหาริมทรัพย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

1.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้สินเชื่อเคหะของ ธนาคารออมสิน โดยระบุตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย ราคาที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ โดยการวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) แจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย

1.3 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ค่าสถิติ t-test ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ เพศ

2.2 ค่าสถิติ One Way ANOVA ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบรายคู่ ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ประเภทที่อยู่อาศัย ราคาที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ในกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.50 อายุอยู่ที่ระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 59.50 มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 30,001 – 45,000 บาท ร้อยละ 51.00 และประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.30

2. ลักษณะด้านที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษาลักษณะด้านที่อยู่อาศัยในกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ลักษณะประเภทที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นประเภท ทาวน์เฮาส์และทาวน์โฮม คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาเป็น คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 28.30 และบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.50 อย่างไรก็ตาม ลักษณะของที่อยู่อาศัยก่อนข้างมีร้อยละที่ใกล้เคียงกัน ไม่ได้กระจุกตัวอยู่ที่ประเภทใดประเภทหนึ่ง ส่วนใหญ่มีระดับราคาสูงกว่า 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาอยู่ที่ระดับราคาในช่วง 2,000,001 – 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีวัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ขอสินเชื่อเพื่ออยู่อาศัยเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 65.50 และมีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อส่วนใหญ่เพื่อซื้อ คิดเป็นร้อยละ 52.80

3. ระดับการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสิน

ผลการศึกษาระดับการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินในกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า โดยรวมส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมาก หากพิจารณารายปัจจัยโดยเรียงจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ระยะเวลาการผ่อนชำระ และการจัด Promotion เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจมากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่ ความรวดเร็วในการดำเนินการ และค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในระดับมาก ตามลำดับ ในส่วนของการให้บริการที่ดีของพนักงาน และความหลากหลายของช่องทางการติดต่อ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในระดับปานกลางตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินแตกต่างกัน รายละเอียด ดังนี้

ระดับการศึกษา

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน มากกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ

1. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน มากกว่าผู้บริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้บริการที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2

ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริการที่มีลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินแตกต่างกัน รายละเอียด ดังนี้

ประเภทที่อยู่อาศัย

1. ผู้บริการที่มีที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินมากกว่าคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้บริการที่มีที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝดมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน มากกว่าคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้บริการที่มีที่อยู่อาศัยประเภทอาคารพาณิชย์มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน มากกว่าคอนโดมิเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย

ผู้บริการที่มีวัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยเท่านั้นมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินน้อยกว่าเพื่ออยู่อาศัยและทำการค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้บริการที่มีลักษณะด้านที่อยู่อาศัย ได้แก่ ราคาที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อแตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการศึกษาด้านประชากรศาสตร์

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากระดับการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้ความสามารถในการหาข้อมูล ความละเอียดรอบคอบในการพิจารณารายละเอียดข้อมูล และการตัดสินใจที่ต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม ธนาคารไม่ควรจัดโปรโมชันตามระดับการศึกษา เพราะอาจทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่ดีต่อธนาคาร แต่ควรมีวิธีการอธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้เข้าใจง่าย เพื่อเกิดการเข้าใจตรงกันของผู้ใช้บริการในทุกระดับการศึกษา

อาชีพ

อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนั้น ธนาคารควรออก Promotion ที่แตกต่างกันในแต่ละสาขาอาชีพ โดยอาจมีการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการออก Promotion (MOU) สำหรับพนักงานในสังกัด หรือ พิจารณาจากความมั่นคงในอาชีพการทำงาน อย่างไรก็ตาม การจัด Promotion ต้องครอบคลุมกับกลุ่มผู้บริโภค เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

2. จากการศึกษาด้านลักษณะที่อยู่อาศัย

ประเภทที่อยู่อาศัย

ประเภทที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนั้น ธนาคารควรจัดโปรโมชันให้สอดคล้องกับประเภทที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท หากพิจารณาตามสัดส่วนพบว่า มีสัดส่วนของทาวน์เฮาส์และทาวน์โฮม คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาเป็น คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 28.30 ดังนั้น ควรมีการจัดโปรโมชันหรือพัฒนาสินเชื่อและนโยบายให้สอดคล้องกับสัดส่วนดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัย

วัตถุประสงค์ของการถือครองที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนั้น ธนาคารควรจัดนโยบายที่สอดคล้องกับลักษณะของการที่อยู่อาศัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือจากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้เห็นแนวโน้มและภาพรวมของสินเชื่อที่อยู่อาศัย เนื่องจากการออก Product และนโยบายต่างๆ ของธนาคาร ไม่ได้มีกรอบกำหนดพื้นที่แต่ละจังหวัดที่แตกต่างกันชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- วิไลลักษณ์ เกษมรัตน์. (2563). การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ใช้บริการในเขตคอนเมือง สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วาสิณี เสถียรกาล. (2559). ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เปรมฤดี พูลสวัสดิ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นราธิป คุณาสวัสดิ์. (2564). การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยแก่ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในจังหวัดชลบุรี สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- พลิศารุ่งเรือง. (2560). การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกับธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารอื่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ภัทรพร เจริญบงกช และมารยาท โยทองยศ. (2552). “ทัศนคติต่อธนาคาร ส่วนประสมทางการตลาดกับส่งผลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์การเงิน: กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการกับธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอ์ด จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่.” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2546). “นโยบายที่อยู่อาศัยประเทศไทย เนื่องจากสถานการณ์ตลาดและแผนที่ยั่งยืน.” เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการรายเดือน ครั้งที่ 15 จัดโดย ความร่วมมือระหว่างมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย และ โรงเรียนธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ไทย ณ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่, 16 ธันวาคม.
- วิศรดา แซ่มซ้อย. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยแก่กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในจังหวัดชลบุรี
- ทิฆัมพร ดอกบัว. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- Alberini, Anna, Alistair Hunt, and Anil Markandya. (2006). “Willingness to Pay to Reduce Mortality Risks: Evidence from a Three-country Contingent Valuation Study,” *Environmental and Resource Economics*, 33(2), 251-264.