

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจปี 2540 และวิกฤตสินเชื่อที่อยู่อาศัยในสหรัฐอเมริกา (sub-prime) เป็นต้นมาส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจภายในประเทศและทำให้ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เข้าสู่สภาวะซบเซา ส่งผลให้ลูกหนี้เงินกู้ของสถาบันการเงินไม่สามารถชำระหนี้กับสถาบันการเงินได้นำไปสู่ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อรายได้ (Non Performing Loans: NPLs) ของสถาบันการเงินทำให้สถาบันการเงินหาวิธีที่จะช่วยเหลือลูกหนี้ โดยให้มีการ “โอนทรัพย์สินชำระหนี้ หรือตีทรัพย์สินชำระหนี้” รวมถึงการเข้าไปประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่เป็นหลักประกันการชำระหนี้ จากการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดีด้วย สถาบันการเงินจำเป็นต้องระงับราคาหรือเข้าสู่ราคาซื้ออสังหาริมทรัพย์จากการขายทอดตลาดเพื่อให้ผู้อื่นประมูลได้ในราคาที่ไม่ต่ำเกินไป และทำให้ไม่พอชำระหนี้ที่ค้างอยู่ และส่งผลให้ปริมาณทรัพย์สินรอการขาย (Non Performing Assets: NPAs) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทรัพย์สินรอการขายของสถาบันการเงิน ทำให้สถาบันการเงิน ต่าง ๆ มีภาระค่าใช้จ่าย (carry costs) ในการดูแลรักษาสภาพทรัพย์สินดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น เช่น ค่าน้ำ - ไฟฟ้า ค่าจ้างสำรวจการบุกรุก ค่าภาษีโรงเรือน ค่าประกันอัคคีภัย ค่าซ่อมแซมรักษาสภาพอาคาร ค่านิติบุคคลอาคารชุด ค่าจ้างดูแลทรัพย์สินเพื่อป้องกันการบุกรุก และค่าจ้างตัวแทนนายหน้าช่วยขายหรือให้เช่า เป็นต้น ทรัพย์สินดังกล่าวจึงกลายเป็นทรัพย์สินที่มีได้มีการใช้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ นับเป็นความสูญเสียเชิงเศรษฐศาสตร์แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย เช่น ปัญหาการบุกรุก ปัญหาการครอบครองปรปักษ์ในที่ดิน ปัญหาอาคารที่ทิ้งร้าง ปัญหาความเสื่อมโทรมของตัวอาคาร เป็นต้น โดยปัญหาเหล่านี้ได้ต่อยอดผลกระทบต่อทางลบให้กับสถาบันการเงิน ทั้งในเรื่องของสิทธิการครอบครอง ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการหรือในการดูแล

สถาบันการเงินจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการทรัพย์สินรอการขายเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาทรัพย์สินให้ต่ำที่สุด โดยต้องสามารถขายทรัพย์สินเหล่านี้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มรายได้และลดค่าใช้จ่ายให้กับสถาบันการเงิน ทำให้สถาบันการเงิน มีสภาพคล่องทางการเงินมากพอที่นำเงินจากการขายทรัพย์สินรอการขายเหล่านั้นมาหมุนเวียนลงทุน ด้วยวิธีการให้สินเชื่อใหม่แก่ผู้ที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ต่อไป ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อทรัพย์สินเหล่านี้ก็จะสามารถซื้อได้ในราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ

ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินนั้น ส่งผลต่อระบบการหมุนเวียนของเศรษฐกิจทั้งในระดับจุลภาค (สถาบันการเงิน) และระดับมหภาค (ระดับประเทศ) จากนัยข้างต้นจึงนำมาสู่ความสำคัญของปัญหาการวิจัยที่ว่า “กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินการของธนาคารควรเป็นเช่นใด”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสำหรับทรัพย์สินรอการขายเป็นสำคัญดังนั้นก็จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. การสำรวจและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อทรัพย์สินรอการขาย ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (cluster sampling) และดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม (questionnaire)
2. ออกแบบกลยุทธ์การขายด้วยปัจจัยที่วิเคราะห์ได้ในข้อที่ 1 และประเมินกลยุทธ์ดังกล่าวโดยผู้บริหารจัดการกลยุทธ์ของธนาคาร จำนวน 9 คน
3. จัดทำต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินการของธนาคาร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านพื้นที่ทำการศึกษาเน้นการเก็บข้อมูลเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ด้านประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยนี้เน้นเฉพาะประชากรที่สนใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินประเภทธนาคาร จำนวน 7 ธนาคาร และบริษัทบริหารสินทรัพย์ที่ซื้อทรัพย์สินของธนาคาร จำนวน 2 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. งานวิจัยนี้ไม่ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (บ้านมือสอง) กับ ที่อยู่อาศัยใหม่ (บ้านใหม่)

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย
3. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบ้านมือสอง มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายประเภทที่อยู่อาศัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

- (1) ขั้นศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของทรัพย์สินรอกการขาย และพฤติกรรมของผู้บริโภค
- (2) ขั้นเก็บข้อมูล
- (3) ขั้นวิเคราะห์
- (4) ขั้นสรุปผลการวิจัย

1. ขั้นศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยเน้นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยแยกเป็น 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของวิจัยส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภค เน้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของสถาบันการเงินหรือธนาคาร

2. ขั้นเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากลูกค้าที่สนใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายจากธนาคารในปี 2552 ถึงปี 2553 ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม จำนวน 400 คน และออกแบบกลยุทธ์การขายด้วยปัจจัยที่วิเคราะห์ได้ในข้อที่ 1 และประเมินกลยุทธ์ดังกล่าวดำเนินการกับผู้บริหารจัดการกลยุทธ์ของธนาคาร ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม จำนวน 9 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามในลักษณะประมาณค่า (rating scale)

3. ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยใช้แนวคิด หรือทฤษฎีในเรื่องที่เกี่ยวข้อง มาประกอบการวิเคราะห์

4. ชั้นสรุปผล ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาที่ได้จากชั้นวิเคราะห์ และนำผลที่ได้กำหนดกลยุทธ์ ส่วนประสมการตลาดสำหรับทรัพย์สินรอการขายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และ ดำเนินการตรวจสอบกลยุทธ์ดังกล่าวอีกครั้ง โดยผู้บริหารกลยุทธ์ของธนาคาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

ผู้บริโภค ได้ข้อมูลครบถ้วนในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย
 สถาบันการเงิน หรือ ธนาคาร หรือ ผู้ผลิต ได้แนวทางพัฒนาปรับปรุงทรัพย์สินรอการขายที่มีลักษณะเป็นต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
 ผู้จัดการจัดการสถาบันการเงิน ได้ต้นแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดอันจะนำไปสู่การกำหนดบทบาทหรือหน้าที่หรือรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพย์สินรอการขายได้อย่างเหมาะสม

นิยามศัพท์

1. ทรัพย์สินรอการขาย (Non Performing Assets: NPAs) หมายถึง ที่อยู่อาศัย ประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว (ทาวน์เฮ้าส์) อาคารชุด (คอนโดมิเนียม) ตึกแถว (อาคารพาณิชย์) ทั้งที่อยู่อาศัยและประกอบธุรกิจค้าขาย ที่อยู่อาศัยที่สถาบันการเงินใด ๆ ได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์โดยการ โอนทรัพย์สินชำระหนี้ การเข้าผู้ราคาและการซื้อทรัพย์สินจากการทอดตลาดของกรมบังคับคดี ในปี 2552 ถึงปี 2553 ซึ่งอยู่ในการดูแลของสถาบันการเงินประเภทธนาคาร จำนวน 7 ธนาคาร ได้แก่ 1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 2) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 3) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 4) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) 5) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 6) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) 7) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และบริษัทบริหารสินทรัพย์ที่ซื้อทรัพย์สินของธนาคาร จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ 1) บริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด 2) บริษัทบริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด

2. ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีความคิดจะซื้อทรัพย์สินรอการขายตามข้อที่ 1 และพร้อมที่จะซื้อทันที หรือที่อยู่ระหว่างการวางแผนที่ซื้อในอนาคต ภายในระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปีนับจากวันที่ทำแบบสอบถาม

3. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง กำหนดวิธีการใช้ เครื่องมือทางการตลาด (4P's) เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของธนาคาร