

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปี 2539 ตลาดที่อยู่อาศัยของไทยเริ่มประสบภาวะวิกฤตอย่างชัดเจนจากการผลิตที่ล้นตลาด นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าไปสู่วิกฤตสถาบันการเงินและวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี 2540-2542 ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดวิกฤตที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์รุนแรงเพิ่มขึ้น โดยสาเหตุหลักมาจากภาวะบ้านล้นตลาด (Over Supply) จนทำให้เกิดการแข่งขันด้านการตลาดและการขายอย่างรุนแรง นอกจากนั้นจากปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในปี 2540 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวติดลบ ร้อยละ -0.4 จากเดิมร้อยละ 6.7 ในปี 2539 ส่งผลให้บริษัทเอกชนประสบปัญหาขาดทุนจนทำให้หลายบริษัทต้องปิดกิจการ ลดเงินเดือนและเลิกจ้างแรงงานเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนขาดรายได้ และกำลังการซื้อที่อยู่อาศัย ส่วนสถาบันการเงินก็ชะลอและระงับการปล่อยสินเชื่อ จึงทำให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ ได้แก่ ปัญหาบ้านว่างและล้นตลาด ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ปัญหาการบังคับจำนองขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ ปัญหาโครงการค้าง ปัญหากำลังซื้อถดถอยจากปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ เป็นต้น

ทั้งนี้จากสถิติประชากรของสำนักงานกลางทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นับจากปี 2544-2546 เพิ่มขึ้นจาก 9,528,891 คน เป็น 9,815,354 คน โดยแยกออกเป็นเฉพาะกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นจาก 5,726,203 คน เป็น 5,844,607 คนในปี 2546 และในส่วนของ 5 จังหวัดปริมณฑล ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม และสมุทรสาคร ในปี 2544 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,802,688 คน เพิ่มขึ้นเป็น 3,970,747 คน

ซึ่งจากสถิติข้างต้นจะเห็นได้ว่า จำนวนประชากรที่เข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองมีเพิ่มขึ้นทำให้มีความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ในตัวเมืองเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ การขนส่ง การบริหารประเทศ สถาบันทางการศึกษา รวมทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีการเจริญเติบโตที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน ทำให้ต้องมีการพัฒนาด้านที่อยู่อาศัยเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของประชาชนที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งต้องให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และในปัจจุบันได้มี

การขายตัวในด้านที่อยู่อาศัยเป็นอย่างมาก พร้อมทั้งอำนาจในการซื้อของประชาชนก็เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ภาครัฐยังให้การสนับสนุนการให้สินเชื่อกับประชาชนอย่างเต็มที่ ทำให้ในไตรมาสแรกของปี 2547 มีจำนวนที่อยู่อาศัยในโครงการเปิดใหม่ จำนวน 8,722 หน่วย เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 19.0 ในจำนวนนี้เป็นบ้านเดี่ยวมากที่สุดร้อยละ 44 รองลงมาเป็นอาคารชุด ร้อยละ 28 ที่ดินจัดสรรและอื่น ๆ ร้อยละ 17.1 และทาวน์เฮาส์ร้อยละ 11.1

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นสถาบันทางการเงินแห่งหนึ่งของรัฐบาล สังกัดกระทรวงการคลัง ที่มีหน้าที่ในการบริการสินเชื่อเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยให้แก่ประชาชนในประเภทต่าง ๆ มาเป็นเวลายาวนานและเป็นสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ โดยมีส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยคงเหลือคิดเป็นร้อยละ 36.9 ในปี 2547 โดยมีสินเชื่อที่ให้บริการได้แก่ กู้ซื้อที่ดินพร้อมอาคาร กู้ซื้อห้องชุด กู้ปลูกสร้างอาคาร กู้ซ่อมแซม/ต่อเติม ในด้านการให้สวัสดิการ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำและการเป็นผู้นำด้านที่อยู่อาศัยต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งสมาคมสินเชื่อที่อยู่อาศัย การเผยแพร่ความรู้และข้อมูลที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทำให้ธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศและสามารถดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนตามนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐได้ตามเป้าหมาย เช่น โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับข้าราชการสมาชิกกบข. โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนและโครงการบ้านเอื้ออาทร เป็นต้น ยังผลทำให้เกิดความเข้มแข็งในเศรษฐกิจระดับฐานรากและช่วยสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศให้มีเสถียรภาพ

เนื่องจากการแข่งขันด้านที่อยู่อาศัยที่รุนแรงเพิ่มสูงขึ้น เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับผู้ที่ต้องการซื้อบ้าน โดยจากการสำรวจทัศนคติของผู้ที่อยู่อาศัยโครงการบ้านจัดสรรและอาคารชุด(นิภาพร เข้มนาม , 2541) พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังนิยมอาศัยในโครงการบ้านจัดสรรมากกว่าอาคารชุดอยู่มาก เนื่องจากลักษณะที่อยู่อาศัยมีความสะดวกสบาย มีอาณาบริเวณมาก และรายได้จะเป็นตัวบ่งชี้ที่มีบทบาทอย่างมากต่อผู้บริโภค ประชาชนจะคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของบ้านเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นมิใช่ปัจจัยสำคัญประการเดียวที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว แต่ยังมีอีกหลายปัจจัยที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว ซึ่งพบว่าปัจจุบันกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวเกิดขึ้นมากมาย และธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นธนาคารที่ให้บริการสินเชื่อด้านที่อยู่อาศัยแก่ประชาชน โดยเฉพาะ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : ศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางแผนการผลิตที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นแนวทางในการที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จะได้ข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาการบริการด้านสินเชื่อให้แก่ลูกค้าต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยวของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบ้านเดี่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยวของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน
2. ลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยวต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบ้านเดี่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อบ้านเดี่ยว

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง " พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : ศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล " ซึ่งทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร
2. ขอบเขตด้านเวลา
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา
4. ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ขอบเขตด้านเวลา

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยเริ่มเก็บตั้งแต่เดือน มิถุนายน - กรกฎาคม 2548

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยวไว้ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์โดยศึกษาเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ขนาดครอบครัว วงเงินกู้ และขนาดพื้นที่
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ โดยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว ได้แก่ ผู้บริโภคใช้สินเชื่อประเภทใด ทำไมจึงใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ระยะเวลาในการใช้สินเชื่อ ผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่อที่สาขาใด ผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่ออย่างไร
3. ศึกษาระดับความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดของบ้านเดี่ยว โดยศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

4. ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการศึกษาเรื่อง " พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านเดี่ยว : กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล " ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

- ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ขนาดครอบครัว วงเงินกู้และขนาดพื้นที่
- ส่วนประสมทางการตลาดของบ้านเดี่ยว ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

- พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาในการให้บริการสินเชื่อต่อไป
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการลงทุนด้านที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้มีความเหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของลูกค้าสินเชื่อที่มารับบริการเงินกู้ในด้านวัตถุประสงค์การกู้ วงเงินกู้ ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้และเหตุผลในการกู้

2. วัตถุประสงค์ในการกู้ หมายถึง การที่ลูกค้าสินเชื่อเงินไปใช้จ่ายตามประเภทการกู้ คือ เพื่อซื้อที่ดิน เพื่อซื้อที่ดินและอาคาร เพื่อปลูกสร้างอาคาร เพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน เพื่อซื้ออาคารชุด

3. เหตุผลในการกู้ หมายถึง สิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้ามารับบริการเงินกู้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์

4. วงเงินกู้ หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้ายื่นขอสินเชื่อกับธนาคารอาคารสงเคราะห์

5. ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ หมายถึง ระยะเวลาที่ลูกค้าผ่อนชำระกับการกู้เงินธนาคารอาคารสงเคราะห์

6. ลูกค้าสินเชื่อ หมายถึง ผู้ที่มารับบริการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ข้าราชการ พนักงานบริษัท ลูกจ้างกิจการและผู้ประกอบอาชีพอิสระ

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังนี้รู้จักกันว่า "4Ps" อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

8. ธนาคารอาคารสงเคราะห์(ธอส.) หมายถึง สถาบันทางการเงินของภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกเพื่อที่อยู่อาศัยแก่ประชาชนทั่วไป ได้มีบทบาทสำคัญในการร่วมแก้ไขฟื้นฟูธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีการจัดทำโครงการเพื่อส่งเสริมความรู้ ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ประชาชนเกี่ยวกับการมีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองทั้งในกรุงเทพมหานครและส่วนภูมิภาค โดยมีการให้ สินเชื่อในการกู้หลายประเภท ได้แก่ เพื่อซื้อที่ดินพร้อมอาคาร เพื่อปลูกสร้าง/ต่อเติม/ซ่อมแซมอาคาร เพื่อซื้อห้องชุด เพื่อก่อสร้างแฟลต เพื่อไถ่ถอนจากสถาบันการเงินอื่น เพื่อการกู้เพิ่ม การให้สินเชื่อ สวัสดิการประเภทต่างๆ ได้แก่ สินเชื่อเพื่อข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ สินเชื่อพนักงานบริษัท สินเชื่อสำหรับผู้ซื้อบ้านขายทอดตลาดจากกรมบังคับคดี เป็นต้น

9. อัตราดอกเบี้ย หมายถึง อัตราหรือจำนวนเงินที่สถาบันการเงินกำหนดขึ้น เพื่อเป็นตัวกำหนดให้ลูกค้าทราบถึงอัตราดอกเบี้ยชำระเงิน

10. บ้านเดี่ยว หมายถึง บ้านหลังเดียวโดด ๆ ตัวบ้านต้องห่างจากเขตที่ดินทุกด้านไม่ต่ำกว่า 2.00 เมตร จะเป็นบ้านชั้นเดียว สองชั้น หรือมากกว่าก็ได้