

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ภาวะการตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงหลายปีที่ผ่านมายังคงซบเซาอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากจำนวนที่อยู่อาศัยจดทะเบียนในช่วงปี 2538-2541 ได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงโดยตลอด โดยมีจำนวน 172,419 หน่วย 145,355 หน่วย และ 63,864 หน่วย ตามลำดับ และมูลค่าสินเชื่อที่อยู่อาศัยคงค้างของธนาคารพาณิชย์ได้ลดลงมาโดยลำดับ โดยมีอัตราการขยายตัวชะลอตัวลงตั้งแต่ปี 2537-2540 ในอัตราร้อยละ 35.36, 22.08, 16.70 และ 3.48 ตามลำดับ และในปี 2541 นับเป็นปีแรกที่มูลค่าสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ได้หดตัวถึงร้อยละ 6.82 จนกระทั่งเดือน มกราคม 2542 มีการหดตัวลงในอัตราร้อยละ 7.80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน¹

ปัจจัยสำคัญที่อยู่เบื้องหลังการหดตัวของยอดคงค้างสินเชื่อที่อยู่อาศัยในปีที่แล้วนั้น นอกจากจะเป็นผลจากสินเชื่อใหม่ที่ปล่อยไปนั้น ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นการให้สินเชื่อเพื่อไถ่ถอนหนี้เดิม (Refinancing) แล้ว อีกสาเหตุสำคัญเป็นผลจากทิศทางดอกเบี้ยที่อ่อนตัวลงตลอดปี จนกระทั่งอัตราดอกเบี้ย Minimum Loan Rate (MLR) ที่เป็นหลักในการอ้างอิงเพื่อคำนวณดอกเบี้ยเงินที่อยู่อาศัย ปรับลดลงจากที่เคยสูงเฉลี่ย 15.25-17.5% ในปี 2540 มาอยู่ที่ 11-14.5% ในปี 2541 และ 8.5-10% เมื่อสิ้นปี 2542 ปัจจัยทั้งสองประการนี้ ส่งผลให้ยอดคงค้างสินเชื่อที่อยู่อาศัยในระบบการเงินหดตัวลงติดต่อกันสองปีซ้อน (2541-2542)

การหดตัวของฐานสินเชื่อที่อยู่อาศัยที่เกิดขึ้นในขณะที่แต่ละธนาคารประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงินอยู่ในระดับสูง ทำให้เกิดความตื่นตัวที่จะพลิกสถานการณ์ความคดดำของยอดคงค้างที่อยู่อาศัย ซึ่งนำมาสู่การแข่งขันในเรื่องของราคา โดยลดดอกเบี้ยให้ต่ำที่สุดและเสนอเงื่อนไขดอกเบี้ยคงที่ให้นานที่สุด รวมถึงมีการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายมากขึ้นทั้งการเพิ่มแคมเปญแจกแถมพร้อมชิงโชค²

¹ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, “ลดดอกเบี้ยเงินกู้: ปลูกตลาดที่อยู่อาศัยได้จริงหรือ”, *กระแสดูแล*, ปีที่ 5, 2542.

² ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, “สินเชื่อที่อยู่อาศัย: แข่งขันสูง โอกาสทองของผู้บริโภค”, *กระแสดูแล*, ปีที่ 6 ฉบับที่ 837, 2543.

ภาวะการแข่งขันในการขยายสินเชื่อที่อยู่อาศัย ยิ่งเพิ่มทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อรัฐบาลได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ ณ วันที่ 27 มิถุนายน 2543³ โดยรัฐบาลขยายเวลาการเก็บอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%(จากเดิมเก็บ 10%) ไปอีก 6 เดือน สิ้นสุดเดือนกันยายน 2544 เพื่อสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นอย่างต่อเนื่องและขยายเวลาการลดค่าจดทะเบียนโอนอสังหาริมทรัพย์จาก 2% เหลือ 0.01% ไปอีก 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2544 โดยให้เพิ่มการโอนที่ดินที่ไม่มีสิ่งปลูกสร้างในการจัดสรรที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมการจัดสรรที่ดิน การโอนอาคารหรืออาคารพร้อมที่ดิน รวมทั้งที่ดินที่ไม่มีสิ่งปลูกสร้างโดยเคหะแห่งชาติ หรือหน่วยงานของทางราชการเข้าไปด้วย เพื่อช่วยลดต้นทุนการโอนอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมถึงที่ดินเปล่าด้วยและช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ค้างคายนาน ให้มีการโอนกันมากขึ้นเพราะผู้โอนจะเสียค่าใช้จ่ายถูกลง

อีกทั้งรัฐบาลเพิ่มการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสร้างอาคารชุดที่อยู่อาศัย โดยเพิ่มค่าลดหย่อนเพื่อคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากเดิม 10,000 บาท เป็น 50,000 บาท เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นไป เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการเสียภาษีให้แก่ประชาชน และมาตรการสุดท้ายรัฐบาลลดอัตราภาษีธุรกิจเฉพาะสำหรับรายรับจากการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นทางการค้าหรือหากำไรทุกประเภท จากอัตรา 3.3% เหลือ 0.11% เป็นการชั่วคราวถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2544

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่เริ่มจัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์แก่เยาวชนและประชาชน ในกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่มีรายได้น้อยและปานกลางโดยให้บริการด้านเงินฝาก โดยเฉพาะ ไม่ได้มีบทบาทในการให้สินเชื่อเป็นหลักเหมือนกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ โดยทั่วไป จนกระทั่งในปี 2531 ธนาคารออมสินได้มีการออกธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว และธุรกิจให้สินเชื่อประเภทต่างๆ เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐในด้านการเป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจรายย่อย ขนาดย่อม และขนาดกลาง ทำให้ธนาคารออมสินเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการให้บริการสินเชื่อ

สินเชื่อเคหะ เป็นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยประเภทหนึ่งที่ธนาคารออมสินให้บริการเฉพาะกิจที่รัฐบาลจัดตั้งเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของภาครัฐ เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตของประชาชน ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับภาวะการตลาด อัตรา

³ ธนาคารแห่งประเทศไทย,รายงานเศรษฐกิจรายเดือน, ปีที่ 40 เล่มที่ 7, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2543, 21-22.

ดอกเบี้ยที่อ่อนตัวลง เงินออมและรายได้ที่มากขึ้นทำให้ปริมาณเงินฝากเพิ่มขึ้นซึ่งก่อให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินอยู่ในระดับสูง พร้อมทั้งมาตรการของรัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2539 ธนาคารออมสินมีส่วนแบ่งการตลาดสินเชื่อเคหะเพียงร้อยละ 0.1 และเพิ่มเป็นร้อยละ 2.7 ในปี 2540 และ ร้อยละ 3.46 ในเดือน เมษายน 2543

ดังนั้นจึงทำให้เกิดความสนใจศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินเพื่อเป็นแนวทางสำหรับธนาคารออมสินจะนำไปพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินเสนอต่อธนาคารออมสิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด