

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA)

ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์

Factors Affecting the Decision to Purchase Non-performing Assets (NPA) of Government Housing Bank, Prachuap Khiri Khan Region

วันทนา มุ่งหมาย^{1,*} และ ลีลาวดี พัฒนารัตน์²

Wantana Mungmai^{1,*} and Lilawadi Phatanarajata²

^{1,2}บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

^{1,2}Graduate School Management Subject Group Faculty of Business Administration

University of the Thai Chamber of Commerce

*Corresponding author's email: wantana.m@ghb.co.th

วันที่รับบทความ (Received)

29 มีนาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

15 พฤษภาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

21 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากในปี 2566 ฝ่ายบริหารหนี้ภูมิภาค มีเป้าหมายในการจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) 2,790 ล้านบาท โดยเขตประจวบคีรีขันธ์ มีเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI) จากฝ่ายบริหารหนี้ภูมิภาคซึ่งเป็นตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ของฝ่าย จำนวน 298.20 ล้านบาท จากผลการดำเนินงาน ณ มิถุนายน 2566 มียอดจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) จำนวน 117.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.46 ของเป้าหมายทั้งหมด เพื่อให้บรรลุตามตัวชี้วัด (KPI) ของเขตประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA)

ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 33.50 มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 27.80 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 36.90 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 60.80 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 34.80 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.19, 4.15, 4.14, 4.13, และ 4.12)

อยู่ในระดับมาก สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้มีข้อเสนอแนะดังนี้คือ 1) ในด้านประชากรศาสตร์ สามารถนำข้อมูลดังกล่าว ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ของธนาคารให้ตรงกับความต้องการผู้ใช้บริการทั้งในด้านการให้สินเชื่อดอกเบี้ย เพื่อแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ 2) การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เพื่อให้ธนาคารสามารถขายทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ได้ตามเป้าหมาย ธนาคารต้องรักษามาตรฐานที่มีอยู่เพื่อให้มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการขายทรัพย์สินรอกการขาย รวมถึงการให้พัฒนาบุคลากรของธนาคารให้มีความรู้ทักษะด้านการขายและบริการให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA), ลักษณะประชากรศาสตร์, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps), การตัดสินใจ

ABSTRACT

The study investigated factors affecting the decision to purchase non-performing assets (NPA) of Government Housing Bank, Prachuap Khiri Khan Region. As in 2023, Regional Debt Management Department set a target to distribute 2,790 million baht non-performing assets. Prachuap Khiri Khan Region obtained a key risk indicator (KPI) from the Regional Debt Management Department, which is an indicator according to the department's strategy, at 298.20 million baht. Based on the performance as of June 2023, the amount of NPA waiting to be sold was 117.69 million baht accounting for 39.46% of the whole target. In order to achieve the KPI of Prachuap Khiri Khan Region, the researcher set the following objectives: 1) To study demographic characteristics affecting the decision to purchase NPA of Government Housing Bank in Prachuap Khiri Khan Region, 2) to study marketing mix factors affecting the decision to purchase NPA. The study results revealed as follow: 1) Demographic characteristics – most of the questionnaire respondents, 33.50%, were 31-40 years old, 27.80% were state enterprise employees, 36.90% had domiciled in Prachuap Khiri Khan, 60.80% graduated with a bachelor's degree, and 34.80% had monthly income ranging from 20,001 to 40,000 baht. 2) With regard to the analysis of marketing mix factors (7Ps) affecting the decision to purchase NPA of Government Housing Bank, the mean was 4.24 which was at the highest level, followed by physical evidence, the mean was 4.21 which was at the highest level. Regarding people, product, price, place, and process, the means were ($\bar{X}$ = 4.19, 4.15, 4.14, 4.13, and 4.12) , at a high level. Suggestions from the study are as follow: 1) In terms of demographic characteristics, the data obtained can be used as a guideline for setting a bank's strategy to meet customers' demands with regard to loan offer and interest in order to compete with other banks. 2) With reference to the study on marketing mix factors (7Ps) to ensure

the bank is able to sell NPA as targeted, the bank needs to maintain its existing standards to achieve sustainable growth by adopting modern technology to increase a channel for conducting public relations and selling NPA, including developing bank personnel to have knowledge and skills in sales and services for achieving efficiency.

Keywords: Non-performing Assets (NPA), Demographic Characteristics, Marketing Mix Factors (7Ps), Decision Making

บทนำ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) (Government Housing Bank) มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจและเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ เมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2496 เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง เจตนารมณ์สำคัญในการจัดตั้ง เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามควรแก่สภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ธนาคารที่ดีที่สุดสำหรับการมีบ้าน จากการที่ธนาคารดำเนินการปล่อยสินเชื่อเป็นจำนวนมาก ด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลให้ไม่สามารถชำระหนี้ให้กับธนาคาร จนก่อให้เกิดหนี้ NPL สูงขึ้น ธนาคารจึงมีมาตรการเข้าไปประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ธนาคารรับจำนองไว้จากการขายทอดตลาดตามคำสั่งศาล โดยกรมบังคับคดี เพื่อลดปริมาณหนี้ NPL จึงทำให้มีทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารจำหน่ายทุกสาขาเป็นจำนวนมาก โดยลูกค้าทั่วไปจะมีความสนใจซื้อทรัพย์สินในช่วงมีการจัดโปรโมชั่นลดราคา (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2566)

ฝ่ายบริหารหนี้ภูมิภาค เป็นฝ่ายงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และบริหารจัดการทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคาร ซึ่งในปี 2566 มีเป้าหมายในการจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) 2,790 ล้านบาท การจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) เป็นตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ซึ่งเขตประจวบคีรีขันธ์ ประกอบไปด้วย สาขาเพชรบุรี สาขาหัวหิน สาขาประจวบคีรีขันธ์ สาขาชุมพร สาขาสุราษฎร์ธานี มีเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI) จากฝ่ายบริหารหนี้ภูมิภาค ที่จะต้องดำเนินการในปี 2566 จำนวน 298.20 ล้านบาท จากผลการดำเนินงาน ณ มิถุนายน 2566 มียอดจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) จำนวน 117.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.46 ของเป้าหมายทั้งหมด และเพื่อให้บรรลุตามตัวชี้วัด (KPI) ต้องจำหน่ายทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ภายในครึ่งปีหลัง จำนวน 180.51 ล้านบาท ซึ่งจากผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกจะเห็นได้ว่าผลการดำเนินงานต่ำกว่าร้อยละ 50 หากไม่สามารถบริหารจัดการทรัพย์สินรอการขาย (NPA) เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งเป็นปัญหาขององค์กรได้ในอนาคต ในด้านมีภาระการตั้งสำรอง ค่าเผื่อค้ำค่าอสังหาริมทรัพย์จากการที่ธนาคารถือครองทรัพย์สินเป็นระยะเวลานาน เพิ่มต้นทุนการประเมินราคาทรัพย์สินรอการขาย NPA เมื่อครบรอบ 1 ปี เพิ่มต้นทุนการทำความสะอาดดูแลทรัพย์สินรอการขาย NPA เมื่อครบรอบอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2566)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคาร

อาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA)) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเพิ่มยอดขายทรัพย์สินรอกการขาย ให้บรรลุตามเป้าหมายตัวชี้วัด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์

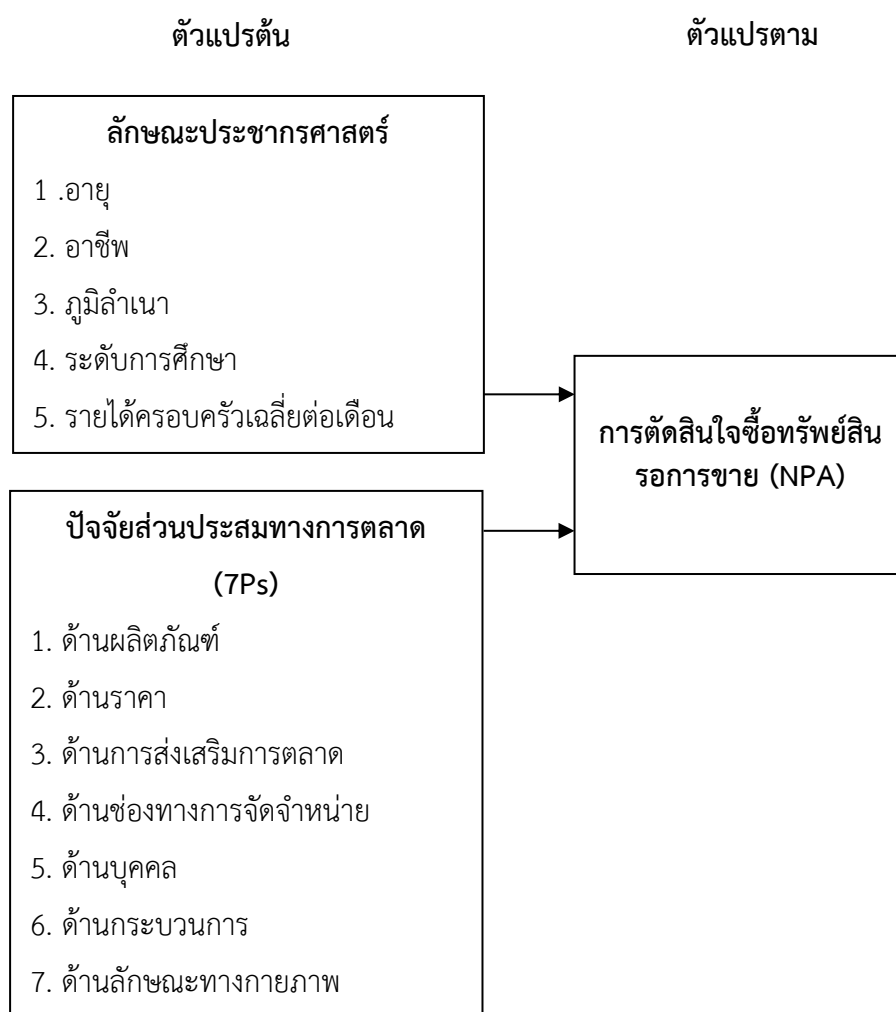
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จกกันธุ์ แอกทอง (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของลูกค้า ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในการวิจัยคือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ และมีความสามารถในการซื้อทรัพย์สินรอกการขาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีสถานภาพสมรส จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของลูกค้าของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ณัฐวุฒิ ฮันตระกูล และชยันต์ ตปนิยะตุงค์ (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารกรุงไทย ของประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของธนาคารกรุงไทย คือ 1) ลักษณะความแตกต่างประชากรศาสตร์

2) ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความต้องการทางร่างกาย หรือสรีระ, ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย, ความต้องการความรัก, ความต้องการการยกย่อง และความต้องการสูงสุดในชีวิต ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขาย (NPA) ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเลือกซื้อทรัพย์สิน (NPA) ของประชากรที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับราคาของทรัพย์สิน (NPA) เป็นอันดับหนึ่ง 2) ลักษณะความต้องการ ที่ส่งผลต่อการซื้อทรัพย์สิน (NPA) ของประชากรที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งให้ความสำคัญ ในขั้นความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ เป็นอันดับแรก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA)
ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรผู้ที่ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการเกี่ยวกับซัฟฟารีสินรอกการขาย (NPA) กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ มีสาขาที่มีการจำหน่ายซัฟฟารีสินจำนวน 5 แห่ง สาขาเพชรบุรี สาขาหัวหิน สาขาประจวบคีรีขันธ์ สาขาชุมพร สาขาสุราษฎร์ธานี โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งถือได้ว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่ และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อ้างอิงสูตรจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร W.G.Cochran (1953) $n = \frac{P(1-P) Z^2}{d^2}$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 384.16 ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพแบบปฐมภูมิ (Primary Source) โดยเก็บข้อมูลจากประชากรผู้ที่ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการ เกี่ยวกับซัฟฟารีสินรอกการขาย (NPA) กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีการทดสอบเครื่องมือความตรงตามเนื้อหาโดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญ และเมื่อทดสอบค่า IOC พบว่ามีคะแนน IOC > 0.5 ทุกข้อ แบ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นแบบเลือกตอบ 1 ข้อ จากตัวเลือกหลายข้อ โดยมีคำถามคัดกรองเพื่อตรวจสอบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจซัฟฟารีสินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์หรือไม่ และคำถามข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ เป็นคำถามในลักษณะปลายปิด

ส่วนที่ 2 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซัฟฟารีสินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการกำหนดราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับจากน้อยไปมาก ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นผู้วิจัยจะใช้หลักเกณฑ์การแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน หากถึงกลางพิสัย ทั้งนี้ สามารถคำนวณได้จากสูตรช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนั้น ช่วงระยะห่างของแต่ละอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 ซึ่งสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซัฟฟารีสินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ส่วนที่ 3 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ จากนั้นน้อยไปมาก ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็น ผู้วิจัยจะใช้หลักเกณฑ์การแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน หากถึงกลางพิสัย ทั้งนี้ สามารถคำนวณได้จากสูตรช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนั้น ช่วงระยะห่างของแต่ละอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 ซึ่งสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ส่วนที่ 4 คำถามข้อเสนอแนะแนวทางในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการเสนอแนะของผู้ใช้บริการในการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ หรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 1 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question)

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ มีขั้นตอนดำเนินการ โดยผู้ที่รวบรวมและประชาสัมพันธ์ช่องทางการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ พนักงานฝ่ายบริหารหนี้ภูมิภาค เขตประจวบคีรีขันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของกลุ่มลูกค้าบริหารหนี้ภูมิภาค เขตประจวบคีรีขันธ์ ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจนครบ 385 ฉบับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ เพศ ภูมิภาค ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 ระดับ

การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รายได้ระดับ 20,001-40,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80

สมมติฐานของการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่แตกต่างกันดังนี้

1. อายุ 20 ถึง 30 ปีมีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มากกว่ากลุ่มอายุ 50 – 60 ปี และมากกว่ากลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 1 ผลต่างระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำแนกตามอายุ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (Mean Difference (I-J))					
	Mean	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50 – 60 ปี	61 ปีขึ้นไป
20 – 30 ปี	4.21	-	-.0489 (0.631)	.0446 (0.668)	.2299* (0.049)	.3385* (0.047)
31 – 40 ปี	4.26		-	.0935 (0.259)	.2789* (0.005)	.3874* (0.631)
41 – 50 ปี	4.16			-	.1853 (0.065)	.2938 (0.066)
51 – 60 ปี	3.98				-	.1085 (0.518)
61 ปีขึ้นไป	3.87					-

จากตารางที่ 1 ผลที่ได้จากการทดสอบ กลุ่มอายุ 20 ถึง 30 ปีมีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) มากกว่ากลุ่มอายุ 50 – 60 ปี และมากกว่ากลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 31 ถึง 40 ปีมีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) มากกว่ากลุ่มอายุ 50 – 60 ปี และมากกว่ากลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มอายุคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

2. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มากกว่ากลุ่มอาชีพอาชีพอิสระ และมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 2 ผลต่างระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์
จำแนกตามอาชีพ ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (Mean Difference(I-J))						
	Mean	เจ้าของ ธุรกิจ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อาชีพ อิสระ	อื่นๆ
เจ้าของธุรกิจ	3.98	-	-.2911* (0.004)	-.2522* (0.021)	-.1910 (0.150)	-.1088 (0.299)	.2068 (0.367)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.28		-	.0388 (0.688)	.1000 (0.416)	.1823* (0.048)	.4879* (0.026)
พนักงานบริษัทเอกชน	4.24			-	.0611 (0.636)	.1434 (0.052)	.4591* (0.044)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.18				-	.0822 (0.512)	.3979 (0.097)
อาชีพอิสระ	4.09					-	.3156 (0.161)
อื่นๆ	3.78						-

จากตารางที่ 2 ผลที่ได้จากการทดสอบ กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) มากกว่ากลุ่มอาชีพอาชีพอิสระ และมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจ มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) น้อยกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และน้อยกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนกลุ่มอาชีพผู้อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

3. การศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่า และสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 3 ผลต่างระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์
จำแนกตามระดับการศึกษา ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (Mean Difference(I-J))			
	Mean	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	4.00	-	-.2756* (0.001)	.0757 (0.467)
ปริญญาตรี	4.28		-	.3514* (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.92			

จากตารางที่ 3 ผลที่ได้จากการทดสอบ กลุ่มต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ น้อยกว่ากลุ่มระดับปริญญาตรี กลุ่มระดับปริญญาตรี

มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มากกว่ากลุ่มสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนกลุ่มระดับการศึกษาอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

4. รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	n	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ต่ำกว่า 20,000 บาท	60	4.04	0.73	2.172	0.067
20,001 – 40,000 บาท	134	4.27	0.61		
40,001 – 60,000 บาท	89	4.19	.071		
60,001 – 80,000 บาท	48	4.12	0.55		
80,001 – 100,000 บาท	32	3.95	0.56		
100,000 บาทขึ้นไป	22	4.00	0.67		
รวม	385	4.15	0.65		

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	0.69	มาก
2. ด้านราคา	4.14	0.73	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.24	0.68	มากที่สุด
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	0.71	มาก
5. ด้านบุคคล	4.19	0.65	มาก
6. ด้านกระบวนการ	4.12	0.64	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	0.71	มากที่สุด
รวม	4.16	0.56	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.19, 4.15, 4.14, 4.13, และ 4.12) อยู่ในระดับมาก

สมมติฐานของการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอน (Multiple Linear Regression Analysis-Enter) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	.885	.184		4.799	.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	.213	.056	.226	3.762	.000
ด้านราคา (X2)	.094	.052	.105	1.828	.048
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X3)	.073	.055	.076	1.337	.182
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X4)	.100	.052	.110	1.923	.045
ด้านบุคคล (X5)	-.017	.060	-.017	-.290	.772
ด้านกระบวนการ (X6)	.145	.063	.142	2.289	.023
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7)	.179	.054	.195	3.325	.001

R = 0.690, R Square = 0.476, Adjuster R Square = 0.466

Std. Error of the Estimate = 0.47526, Durbin-w = 1.925, F = 48.953, Sig = 0.000

จากตารางที่ 6 พบว่าวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผลลัพธ์ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 พบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว โดยพบว่ามีคะแนนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X1) (Beta .226) ด้านราคา (X2) (Beta .105) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X4) (Beta .110) ด้านกระบวนการ (X6) (Beta .142) และด้านลักษณะทางกายภาพ (X7) (Beta .195) สามารถทำนายหรือพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีตัวพยากรณ์ ทั้ง 5 ตัวแปร มีค่า (R) เท่ากับ .690 นอกจากนี้ค่า (R Square) มีค่าเท่ากับ 0.476 หมายความว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ร้อยละ 47.60 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ .184 สมการนี้มีความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน (No Autocorrelation)

โดยมีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.925 ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.885 + 0.213(x_1) + 0.094(x_2) - 0.100(x_4) + 0.145(x_6) + 0.179(x_7)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.226(x_1) + 0.105(x_2) - 0.110(x_4) + 0.142(x_6) + 0.195(x_7)$$

จากสมการพยากรณ์ข้างต้น สามารถนำไปพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X1) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) มีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดตอบสนองเท่ากับ 0.213 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพิ่มขึ้น 0.213 หน่วย โดยในสมการคงที่ ด้านราคา (X2) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) มีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดตอบสนองเท่ากับ 0.094 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (X2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพิ่มขึ้น 0.094 หน่วย โดยในสมการคงที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X4) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) มีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดตอบสนองเท่ากับ 0.100 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพิ่มขึ้น 0.100 หน่วย โดยในสมการคงที่ ด้านกระบวนการ (X6) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) มีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดตอบสนองเท่ากับ 0.145 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (X6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพิ่มขึ้น 0.145 หน่วย โดยในสมการคงที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดตอบสนองเท่ากับ 0.179 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพิ่มขึ้น 0.179 หน่วย โดยในสมการคงที่ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X3) และด้านบุคคล (X5) ไม่สามารถพยากรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน		ระดับการตัดสินใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ท่านคิดว่าส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) อยู่ในระดับใด	4.10	0.85	มาก
2.	ท่านพิจารณาปัจจัยแล้วการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) อยู่ในระดับใด	4.21	0.69	มากที่สุด
รวม		4.15	0.65	มาก

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ปัจจัยการตัดสินใจซื้อทรัพย์สิน พบว่าระดับเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่าท่านคิดว่าส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) อยู่ในระดับใด อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.21$) และท่านพิจารณาปัจจัยแล้วการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) อยู่ในระดับใด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.10$) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการทำงานมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่กำลังมีฐานะและเริ่มเก็บเกี่ยวประสบการณ์ในการทำงาน มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระดับการศึกษาปริญญาตรีเนื่องจากเป็นระดับการศึกษาที่อยู่ในระดับของประสบการณ์ในการทำงาน และมีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท เป็นรายได้ที่สามารถพอในการตัดสินใจซื้อและเป็นกลุ่มที่เริ่มสร้างครอบครัวโดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุดคือด้านผลิตภัณฑ์และราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักกพันธุ์ แยกทอง (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของลูกค้า ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในการวิจัยคือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อและมีความสามารถในการซื้อทรัพย์สินรอกการขาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญา มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของลูกค้าของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.19, 4.15, 4.14, 4.13, และ 4.12) อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ อันตระกุล และ ชัยนัต ติปนิยะตุงค์ (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารกรุงไทย ของประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของธนาคารกรุงไทย คือ 1) ลักษณะความแตกต่างประชากรศาสตร์ 2) ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของประชากรที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับราคาของทรัพย์สิน (NPA) เป็นอันดับหนึ่ง 2) ลักษณะความต้องการที่ส่งผลต่อการซื้อทรัพย์สิน (NPA) ของประชากรที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งให้ความสำคัญในชั้นความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ เป็นอันดับแรก

3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอน (Multiple Linear Regression Analysis- Enter) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) เนื่องจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีสภาพทรัพย์สินที่เหมาะสมกับราคาขาย มีดอกเบี้ยยที่มีโปรโมชันในอัตราที่ต่ำ และปัจจุบันธนาคารสงเคราะห์ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีการขายทรัพย์สินผ่านช่องทาง Online โดยไม่ต้องผ่านบุคคล จึงไม่จำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตประจวบคีรีขันธ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีภูมิลำเนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ของธนาคารให้ตรงกับความต้องการผู้ใช้บริการเพื่อแข่งขันกับธนาคารอื่นๆ ได้

2. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ดังนั้น เพื่อให้ธนาคารสามารถขายทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ได้ตามเป้าหมาย และเพื่อแข่งขันกับธนาคารอื่น ๆ ได้ ธนาคารต้องรักษามาตรฐานที่มีอยู่

เนื่องจากธนาคารมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ แบรนต์ของ ธอส. มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้บริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตได้สะดวก การให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยี ที่ทันสมัย และเพิ่มเติมการจัดอบรมเพิ่มความรู้ให้แก่พนักงานในด้านการเสนอขายและการบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ไม่สามารถลงรายละเอียดของคำตอบได้ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรมีรูปแบบเครื่องมือที่เพิ่มมากขึ้น เช่น แบบสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ทั้งนี้เพื่อนำความคิดเห็น ไปพัฒนาการกำหนดกลยุทธ์ขายทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จักกพันธุ์ แอทอง. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อทรัพย์สินรอกการขายของลูกค้า ของธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต].

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐภูมิ ฮันตระกูล, และชยันต์ ตปนียตรงค์. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อทรัพย์สินรอกการขาย (NPA) ของธนาคารกรุงไทย ของประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร*.

[การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566, 1 กรกฎาคม). *ประวัติธนาคารอาคารสงเคราะห์*.

<https://www.ghbank.co.th/about/history>

ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566, 7 กรกฎาคม). *รายงานประจำปี 2565 ธนาคารอาคารสงเคราะห์*.

<https://www.ghbank.co.th/information/report/annual-report>.