



การศึกษาความเป็นไปได้ในการออกบัตรเครดิตเชื่อเพื่อบ้านของธนาคารจี ในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม
**The Feasibility Study for Credit Card that Address Pre - Home Loans of
G Bank Maha Sarakham Province**

กัลยาณี บัวจรัส (Kanlayanee Buachamras)* ชื่นจิตร อังวรารวงค์ (Chuenjit Aungvaravong)**
เปรมใจ สัจจะอารีวัฒน์ (Premjai Sujjaareewat)***

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตเชื่อเพื่อบ้าน และศึกษาความเป็นไปได้ในการออกบัตรเครดิตเชื่อเพื่อบ้านของธนาคารจี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ร่วมกับการวิเคราะห์ความเป็นได้ด้านการตลาด ด้านการบริการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้บริการสินเชื่อบ้านกับธนาคาร ร้อยละ 50 และมีความสนใจใช้บัตรเครดิตเชื่อเพื่อบ้าน ร้อยละ 80.92 การวิเคราะห์ด้านการตลาด ให้ความสำคัญกับเรื่องค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ด้านการบริการ เน้นเรื่องการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญมีการจัดทำกระบวนการให้บริการลูกค้า ด้านการบริหารและจัดการ มีการวางแผนและกำหนดระยะเวลาการดำเนินการ ด้านการเงิน พบว่า โครงการสามารถคืนทุนได้ที่ระยะเวลา 7 ปี 1 เดือน 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 61,006.36 บาท และมีอัตราผลตอบแทนในโครงการ (IRR) ร้อยละ 2.65 แสดงว่าโครงการมีความเป็นไปได้และคุ้มค่าในการลงทุน

ABSTRACT

The objectives of the research were to study customer behavior and the factors that affect the interest of customers for home loans credit and analyzed feasibility for credit card that address pre - home loans of G Bank. 400 samples were collected by questionnaire. The tools used in this study included a questionnaire, marketing feasibility, services feasibility, management feasibility and financial feasibility. From the result found that 50 percent of respondents had to take a home loan with the bank, and 80.92 percent were interested issue home loans. In terms of marketing feasibility, the application fee and annual fee were important. For the services, staff training given expert specialists set a process of customer service. For the management, planning and the time frame was set in the process. In the financial found that the payback period will be in 7 years 1 month and 20 days. The Net Present Value (NPV) was 61,006.36 baht. The Internal Rate of Return (IRR) was 2.65 percent. As the result, the project was feasible and worth the investment.

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้, บัตรสินเชื่อเพื่อบ้าน, ธนาคารจี

Keywords: Feasibility Study, Home Loans credit, G Bank

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*** อาจารย์พิเศษ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น



1. บทนำ

สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงในบางประเทศของภูมิภาคยุโรป โดยเฉพาะประเทศกรีซที่ผิวนครชำระหนี้ ส่วนในทวีปอเมริกาได้ปรับตัวต่อสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนด้วยการเปลี่ยนแปลงปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยตามนโยบายของธนาคารกลางสหรัฐฯ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557) และได้ส่งผลตามมาถึงหลายประเทศในทวีปเอเชีย เช่น ประเทศจีน อินเดีย หรือ ญี่ปุ่น เป็นต้น แนวโน้มเศรษฐกิจชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปรับค่าเงินหยวนลอยตัว ประเทศญี่ปุ่นมีความเสี่ยงจากปัญหาเสถียรภาพเศรษฐกิจของประเทศ เกิดความผันผวนที่เพิ่มขึ้นทั้งในตลาดเงินตราต่างประเทศและตลาดพันธบัตร เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในทวีปเอเชียที่ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกันจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของสหรัฐฯ เนื่องจากค่าเงินบาทอิงกับค่าเงินดอลลาร์ ในช่วงไตรมาส 1 - 3 ปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยจึงประสบภาวะค่าเงินบาทอ่อนตัวและภาวะเงินเฟ้อ มีผลทำให้เสียดุลการค้า ดังนั้น ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีพ.ศ. 2558 รัฐบาลจึงออกมาขับเคลื่อนกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติม เพื่อช่วยเหลือประชาชนให้มีการจับจ่ายใช้สอยได้มากขึ้น โดยเพิ่ม 7 มาตรการที่สำคัญ [2] และหนึ่งในมาตรการที่สำคัญ คือมาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนผู้มีรายได้น้อย และกระตุ้นการลงทุนขนาดเล็กของรัฐบาลทั่วประเทศ โดยรัฐบาลสนับสนุนเงินทุน วงเงิน 35,000 ล้านบาท ในด้านการเงินสำหรับประชาชนผู้มีรายได้น้อยและปานกลางได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง หลังจากหน่วยงานภาครัฐได้จัดทำโครงการตามมาตรการดังกล่าว มีผลตอบรับจากภาคประชาชนได้ดี จึงส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในไตรมาสสุดท้ายของปี 2558 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 2.8 ซึ่งสูงกว่าในปี 2557 ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพียงร้อยละ 0.8 สำหรับส่วนภาคการบริโภคในระดับครัวเรือนขยายตัวได้ร้อยละ 2.1 อัตราเงินเฟ้อลดลงเฉลี่ยร้อยละ -0.9 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 8.9 ของ GDP (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, 2558) รัฐบาลจึงจัดให้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2559 ตามแนวพระราชดำริของในหลวง ด้านเศรษฐกิจพอเพียง มีความมุ่งหมายให้เกิดการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนแบบกินอยู่อย่างพอเพียง มีอาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัยสำหรับเลี้ยงชีพแบบพึ่งพาตนเองไม่ต้องอพยพไปใช้แรงงานในต่างถิ่น ซึ่งรัฐบาลสมัยปัจจุบันได้มีนโยบายสนับสนุนแนวทางตามพระราชดำรินี้ในมาตรการที่รัฐบาลไม่ต้องการให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัยไปยังเมืองใหญ่ของประเทศ จึงใช้แนวทางการสนับสนุนให้ประชาชนสร้างที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นของตนเอง โดยให้งบประมาณสนับสนุนสินเชื่อบ้านในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ทำให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยและปานกลางได้รับสวัสดิการและโอกาสส่งายมากขึ้น ในกรณีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองอย่างแท้จริง และไม่ต้องไปกู้เงินนอกระบบที่มีการจ่ายดอกเบี้ยสูงและไม่เป็นธรรม เนื่องจากการกู้เงินเพื่อปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเองนั้น โดยทั่วไปธนาคารจะมีเงื่อนไขกำหนด คือเมื่อผู้กู้ได้รับการอนุมัติวงเงินกู้ จะต้องมีการปลูกสร้างโครงสร้างอาคารก่อนอย่างน้อย 20% จึงจะสามารถทำสัญญาและเบิกเงินกู้ได้ ดังนั้น ก่อนที่จะปลูกสร้างหรือต่อเติมที่อยู่อาศัยผู้กู้ต้องมีเงินสำรองจ่ายก่อนในส่วนของค่าวัสดุก่อสร้าง ซึ่งเป็นภาระหนักแก่ผู้กู้ ผู้กู้หลายรายจำเป็นต้องไปกู้หรือยืมเงินนอกระบบมาก่อน มีผลให้เกิดระบบนายทุนที่มีการเก็บดอกเบี้ยในราคาที่ไม่เป็นธรรม

ธนาคารจี เป็นธนาคารหนึ่งที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล มีหน้าที่หลักในการส่งเสริมและช่วยเหลือด้านการเงินแก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อยและปานกลางได้มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยทุกประเภทแก่ประชาชน ซึ่งธนาคารมีความต้องการพัฒนางานในด้านนี้ให้มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกใน



ด้านอื่นๆ ให้ประชาชนได้รับความพึงพอใจสูงสุดโดยไม่เป็นการเพิ่มภาระหนี้สินในครอบครัว และต้องการช่วยลดภาระแก่ผู้กู้ และช่วยแก้ปัญหาหนี้ในระบบอีกทางหนึ่ง (ทีมวิเคราะห์ระบบการชำระเงิน ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน, 2556) โดยการจัดทำบัตรสินเชื่อเพื่อบ้านให้แก่ผู้กู้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2542) โดยผู้กู้สามารถนำบัตรสินเชื่อเพื่อบ้านไปชำระค่าซื้อวัสดุอุปกรณ์สำหรับการปลูกสร้างที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่มีการทำข้อตกลงด้านพันธมิตรกับธนาคารไว้ก่อนแล้วผู้กู้ก็ไม่ต้องใช้เงินสดสำหรับซื้อวัสดุก่อสร้างก่อนที่จะได้รับเงินกู้ ในขณะที่เดียวกันร้านค้าวัสดุก่อสร้างก็ได้รับผลประโยชน์จากการขายวัสดุก่อสร้างและได้รับเงินอย่างแน่นอน นอกจากนี้ธนาคารก็จะสามารถช่วยให้ผู้กู้มีทุนสำหรับปลูกสร้างแล้ว ธนาคารก็ ยังได้รับดอกเบี้ยจากเงินกู้เร็วขึ้นจากการที่ผู้กู้ใช้วงเงินจากบัตรสินเชื่อเพื่อบ้านในการซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง

ดังนั้น ผู้ศึกษาซึ่งเป็นพนักงานของธนาคารจึงด้านสินเชื่อ จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อความสนใจในการใช้บัตรสินเชื่อเพื่อบ้าน และศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด การบริการ การจัดการและการเงิน ตลอดจนความคุ้มค่าในการลงทุนออกบัตรสินเชื่อเพื่อบ้านสำหรับผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจใช้บัตรสินเชื่อเพื่อบ้านของธนาคารในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม
2. ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านการบริการ ด้านการบริหารจัดการและด้านการเงินในการออกบัตรสินเชื่อเพื่อบ้านของธนาคารในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

3. วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรผู้มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 63,885 คน)สำนักงานสถิติจังหวัดมหาสารคาม, 2558) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) พบว่า ต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง 395.6594 และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูลในศึกษาครั้งนี้ จึงได้กำหนดตัวอย่างเป็น 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบ้าน ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสนใจใช้บัตรสินเชื่อเพื่อบ้าน แบ่งประเภทตามลักษณะปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย (7Ps) และส่วนที่ 6 การยอมรับการใช้บริการบัตรสินเชื่อตามรูปแบบที่นำเสนอ

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมโดยการสุ่มโดยกลุ่มตัวอย่างประชากรที่พักอาศัยในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ช่วงเวลาเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) มีการสุ่มสิ่งตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Window version 19 ในการคำนวณและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะวิเคราะห์ข้อมูลเชิง



พรรณนาและนำเสนอออกมาในรูปของค่าความถี่และอัตราร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงพรรณนาและนำเสนอออกมาในรูปของค่าความถี่และอัตราร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสนใจใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ (กัลยา, 2555) แล้วทำเก็บรวบรวมคะแนนของปัจจัยที่ได้ และนำค่าที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย เพื่อทำการจัดเรียงระดับความสำคัญ โดยทำการแปรความสำคัญของระดับค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อความสนใจใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน วิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงพรรณนาและนำเสนอออกมาในรูปของค่าความถี่และอัตราร้อยละเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปด้วยเครื่องมือ PEST Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้วยเครื่องมือแบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ Five Force Model วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค SWOT วิเคราะห์ข้อมูลการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย STP (Kotler, 2003) และใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ (ยุพาวรรณ, 2556)

2. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ด้านการบริการ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลการให้บริการและพัฒนาการบริการที่เกิดขึ้นภายในธุรกิจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยใช้หลักการคุณภาพบริการ Service Quality 5 ด้าน

3. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ด้านการจัดการ โดยการศึกษานโยบาย วิสัยทัศน์ ขององค์กรแล้วจัดทำแผนงาน และบริหารงานของโครงการให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์คุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม, มุ่งขยายการผลิตและจำหน่ายบนพื้นฐานที่มั่นคง, มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในทุกด้าน, ให้ความสำคัญกับบุคลากรทั้งในการจ้าง การพัฒนาและการจูงใจ, ให้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงกว่าอัตราเฉลี่ย และเหมาะสมกับการลงทุน

4. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยศึกษาความเป็นไปได้ของโครงสร้างทางการเงิน และการประมาณการทางการเงินในรูปของงบการเงินต่างๆ ไว้ล่วงหน้า ได้แก่ งบต้นทุนโครงการ ประมาณการงบกำไรขาดทุน ประมาณการงบกระแสเงินสด และประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน และนำการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน จุดคุ้มทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจว่าโครงการมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดและคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่

4. ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาด้านศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความสนใจของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน ในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสถานภาพ สมรส มีอายุระหว่าง 31 - 40 ทำงานประจำ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท มีบัตรเครดิตและใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าอุปโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน เพราะเป็นสินค้าขนาดใหญ่และมีราคาสูง ไม่สะดวกในการพกเงินสดติดตัวจำนวนมากและไม่มีความปลอดภัย สำหรับ การเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับบ้าน ส่วนใหญ่จะใช้บริการที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีสินค้าครบวงจร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความต้องการใช้บริการสินเชื่อบ้านกับธนาคาร โดยวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เพื่อปลูกสร้างบ้าน ซื้อที่ดินปลูกสร้างบ้าน ต่อเติมซ่อมแซมบ้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน รวม 7 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา คือ



ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.12$) ด้านและช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ และด้านที่มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.89$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	0.78	มาก
1.1 สถาบันการเงินผู้ออกบัตรมีชื่อเสียงและความมั่นคง	4.13	0.79	มาก
1.2 วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับสูงสุด 20% ของวงเงินกู้หลัก	3.89	0.82	มาก
1.3 ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อทราบผลรวดเร็ว	3.96	0.91	มาก
1.4 สิทธิในการได้รับความคุ้มครองความเสียหายกรณีบัตรสินเชื่อหายหรือถูกขโมย	3.99	0.80	มาก
1.5 สิทธิคุ้มครองประกันภัยสินค้ากรณีชำรุดหรือเสียหาย	3.93	0.90	มาก
2. ด้านราคา	4.19	1.00	มาก
2.1 ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี	4.25	1.00	มาก
2.2 อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบัตรเครดิตทั่วไป	4.13	1.05	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	0.88	มาก
3.1 มีจำนวนสาขารับสมัครบัตรเครดิตหลายสาขา	4.13	0.85	มาก
3.2 มีจำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตจำนวนมาก	4.09	0.99	มาก
3.3 มีศูนย์บริการสมาชิก Call Center สามารถให้ข้อมูล	4.05	0.95	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.89	0.89	มาก
4.1 ของสมนาคุณ เมื่อได้รับอนุมัติบัตรเครดิต	3.86	0.97	มาก
4.2 ของแถม เมื่อมีการใช้บัตรเครดิต	3.87	0.97	มาก
4.3 รับส่วนลดพิเศษ เมื่อใช้จ่ายบัตรเครดิตในการซื้อสินค้า	4.05	0.94	มาก
4.4 ใช้สิทธิในการซื้อสินค้าก่อนใคร	3.80	1.03	มาก
4.5 มีโปรโมชั่นในวันพิเศษ เช่น วันเกิด	3.89	0.96	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.97	0.97	มาก
5.1 พนักงานมีการอธิบายการใช้บัตรอย่างถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย และน่าเชื่อถือ	3.97	0.99	มาก
5.2 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ	4.01	0.98	มาก
5.3 พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.98	1.01	มาก
5.4 พนักงานพร้อมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว	3.93	1.00	มาก



6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.12	0.85	มาก
6.1 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเงินมีความชัดเจน	4.08	0.87	มาก
6.2 ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยากและมีความยืดหยุ่น	4.15	0.87	มาก
6.3 มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเก็บข้อมูล	4.13	0.87	มาก

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจใช้บัตรเครดิตเพื่อบ้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.92	0.90	มาก
7.1 สำนักงานมีการตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม ทั้งภายในและ ภายนอกอาคาร	3.92	0.93	มาก
7.2 มีที่จอดรถกว้างขวางและมีความปลอดภัย	3.93	0.95	มาก

2. ผลการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในออกบัตรเครดิตเพื่อบ้านของธนาคารจี ในด้านการตลาด ด้านการบริการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน ในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

ผลการศึกษาด้านการตลาด ผู้ศึกษาได้นำเสนอการออกบัตรเครดิตเพื่อบ้าน สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อปลูกสร้างบ้าน ซื่อที่ดินเพื่อปลูกสร้างบ้าน ต่อเติมซ่อมแซมบ้าน กับธนาคาร เพื่อใช้ชำระค่าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่ใช้ในการปลูกสร้างบ้าน ต่อเติมซ่อมแซมบ้าน ซึ่งจะสามารถอำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาการเป็นหนี้ นอกระบบของลูกค้าธนาคาร ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันมีบัตรเครดิตและใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าอุปโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน เพราะเป็นสินค้าขนาดใหญ่และมีราคาสูง ไม่สะดวกในการพกเงินสดติดตัวจำนวนมากเนื่องจากไม่มีความปลอดภัยในการนำมาชำระค่าสินค้า ดังนั้นในการออกบัตรเครดิตเพื่อบ้าน จึงมีความน่าสนใจและเป็นความต้องการของผู้บริโภค ด้วยรูปแบบอัตราดอกเบี้ย ระเบียบเงื่อนไข ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคาร การให้บริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับผลจากแบบสอบถาม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โซเชียลเน็ตเวิร์ค ไลน์ ป้ายโฆษณา โดยประมาณการรายได้ในปีแรกของการเริ่มต้นธุรกิจไว้ที่ 3,386,500.00 บาท และประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดในปีแรกไว้ 44,140.00 บาท ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ผลการศึกษาด้านการบริการ ผู้ศึกษาจึงได้นำเสนอให้ธนาคารปรับปรุงภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ดีให้มีความน่าเชื่อถือ ให้บริการตรงกับความต้องการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเงินสินเชื่อที่ความชัดเจน มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ พนักงานของธนาคารมีความยินดีพร้อมให้บริการและบริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ธนาคารให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูล สถานที่ทำงานตกแต่งสะอาด สวยงามทั้งภายนอกและภายใน จัดเตรียมที่จอดรถไว้กว้างขวางและมีความปลอดภัย ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ด้านการบริการ



ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ มีการประชุมวางแผนงาน การร่างระเบียบ แก้ไขกฎเกณฑ์ข้อบังคับใหม่ ออกระเบียบข้อบังคับใหม่ จัดทำสัญญาใหม่ ติดต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้าง คัดเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างเพื่อทำข้อตกลงเป็นพันธมิตร ซื่ออุปกรณ์ต่างๆ ฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการ จัดทำผังโครงสร้างของพนักงานสินเชื่อสาขา พร้อมทั้งวางระบบกระบวนการให้บริการลูกค้าและร้านค้าวัสดุก่อสร้าง โดยกำหนดระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินงานชัดเจน ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการ

ผลการศึกษาด้านการเงิน โครงการนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 3,386,500.00บาท เป็นเงินกู้ยืมจากสำนักงานใหญ่เพื่อจัดทำโครงการ 2,600,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 77 และทุนส่วนของโครงการ 786,500.00 บาทคิดเป็นร้อยละ 23 มีจุดคุ้มทุนในปีที่ 1 เท่ากับ 228,355.91 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 213,818.89 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 220,373.49 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 227,266.31 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 234,493.43 บาท ตามลำดับ โครงการมีระยะเวลาคืนทุนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ - 1,233,033.16 บาท และมีอัตราผลตอบแทนในโครงการ ร้อยละ -11.27 แสดงให้เห็นว่าโครงการมีผลตอบแทนที่ต่ำกว่าต้นทุนทางการเงิน ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่กู้ยืมมา คือ ร้อยละ 2.25 จากการใช้เงินลงทุนสูงในระยะเริ่มแรกของการเริ่มโครงการ แต่ธนาคารมีความต้องการที่จะจัดทำโครงการนี้ เพื่อช่วยเหลือลูกค้าของธนาคารที่ต้องรับภาระในการหาแหล่งเงินทุนสำรองสำหรับการปลูกสร้างบ้านในงวดแรกและธนาคารสามารถปล่อยเงินกู้ได้เร็วขึ้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีการวิเคราะห์ประมาณการทางการเงินต่อไปอีก 3 ปีโดยใช้สมมติฐานว่าปีที่ 6-8 ผลประกอบการจะเป็นเช่นเดียวกับปีที่ 5 โดยใช้เงินลงทุน 3,386,500 บาท จะมีระยะเวลาคืนทุน 7 ปี 1 เดือน 20 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เท่ากับ 61,006.36 บาท และอัตราผลตอบแทนในโครงการร้อยละ 2.65 การที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีผลเป็นบวกแสดงว่ากระแสเงินสดที่ได้จากการลงทุนให้ผลตอบแทนได้มากกว่าอัตราที่ใช้คิดลดกระแสเงินสดเป็นค่าปัจจุบัน ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ด้านการเงิน

5. สรุป

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการออกบัตรสินเชื่อเพื่อบ้านของธนาคารจี ในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม สรุปผลจากการศึกษาได้ว่า มีความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน โดยมีความเป็นไปได้ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้บริการสินเชื่อบ้านกับธนาคาร ร้อยละ 50 และมีความสนใจใช้บัตรสินเชื่อเพื่อบ้าน ร้อยละ 80.92 การวิเคราะห์ด้านการตลาด ให้ความสำคัญกับเรื่องค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ประมาณการรายได้ในปีแรกของการเริ่มต้นธุรกิจ ไว้ที่ 3,386,500.00 บาท และประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดในปีแรกไว้ 44,140.00 บาท ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ผลการศึกษาด้านบริการ ผลการตอบแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการ ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาจะต้องไม่ยุ่งยากและมีความยืดหยุ่น มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า หลักเกณฑ์ในการพิจารณาวงเงินมีความชัดเจน และจะต้องเป็นบัตรที่ออกมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ดังนั้น ขั้นตอนในการออกบัตรสินเชื่อเพื่อบ้าน สามารถเข้าใจง่ายและไม่มีเงื่อนไขซับซ้อนสำหรับผู้ต้องการใช้บัตร

ผลการศึกษาด้านการจัดการ ผู้ศึกษาได้มีการวางแผนดำเนินงาน โดยกำหนดหลักเกณฑ์ขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานสินเชื่อสาขา มีการจัดฝึกอบรมพนักงานสินเชื่อสาขาเพื่อเรียนรู้ระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการใช้งานออกบัตรสินเชื่อเพื่อบ้าน และอบรมขั้นตอนการให้บริการลูกค้า มีการติดต่อประสานงานกับร้านค้า



วัสดุก่อสร้างเพื่อเข้าร่วมโครงการ

ผลการศึกษาด้านการเงิน พบว่าโครงการนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 3,386,500 บาท เป็นเงินกู้ยืมจากสำนักงานใหญ่ 2,600,000.00 บาท และทุนส่วนของโครงการ 786,500.00 บาท มีจุดคุ้มทุนในปีที่ 1 เท่ากับ 228,355.91 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 213,818.89 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 220,373.49 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 227,266.31 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 234,493.43 บาท ตามลำดับ โครงการมีระยะเวลาคืนทุน 7 ปี 1 เดือน 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เท่ากับ 61,006.36 บาท และอัตราผลตอบแทนในโครงการร้อยละ 2.65

6. ข้อเสนอแนะ

1. ในการตัดสินใจลงทุนธุรกิจในสภาวะตลาดปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันในด้านกลยุทธ์เพื่อเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ผู้ลงทุนต้องศึกษาพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งปรับตัวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วทันเวลา สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องให้มีความได้เปรียบคู่แข่ง
2. ในการบริหารจัดการที่ดี สามารถสร้างความคุ้มค่าในการลงทุนของธุรกิจ โดยมีการจัดการวางแผนขั้นตอนการทำงานอย่างมีระบบ เพิ่มศักยภาพของบุคลากร สร้างประสิทธิภาพที่ดีในการให้บริการ เพื่อให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2555.
- ทีมวิเคราะห์ระบบการชำระเงิน ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. Payment Systems Insight ไตรมาสที่ 1 ปี 2556 [ออนไลน์] 2556 [อ้างเมื่อ 18 มีนาคม 2559]. จาก http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Articles/Doc_Lib_statisticsHorizon/Payment.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. การให้บริการบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ [ออนไลน์] 2542 [อ้างเมื่อ 20 มีนาคม 2559]. จาก <http://www.bot.or.th/Statistics/FinancialInstitutions/Pages/StatCreditCardServices.aspx>
- ยุพาวรรณ วรณวานิชย์. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; 2556.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 [ออนไลน์] 2557 [อ้างเมื่อ 17 มีนาคม 2559]. จาก <http://www.nesdb.go.th/PressThaiQ2-2015>
- สำนักงานสถิติจังหวัดมหาสารคาม. ข้อมูลแรงงานไตรมาส 1 ปี 2558 [ออนไลน์] 2558 [อ้างเมื่อ 18 มีนาคม 2559]. จาก <http://www.mahasarakham.nso.go.th>
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. ดอกเบี้ยตามนโยบายของ ธนาคารกลางสหรัฐฯ [ออนไลน์] 2558 [อ้างเมื่อ 18 มีนาคม 2559]. จาก <http://www.nesdb.go.th/PressThaiQ4-2015>
- Kotler P. Marketing Management. 11th ed. New Jersey: Prentice – Hall International; 2003.
- Yamane T. Statistics: An Introductory Analysis. 2nd ed. New York: Harper and Row; 1973.