

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ปัญหา และความสำคัญของปัญหา

จากภาวะเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันทำให้ค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายต่างๆ ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการสร้างรายได้ของผู้ที่ทำงานประจำยังคงเป็นเรื่องที่ทำได้ยากและมีข้อจำกัดนานับประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดในแต่ละวัน แต่ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่อาจมีเพิ่มมากขึ้นมากกว่ารายได้ที่มีในบางเวลานั้นทำให้การพึ่งพาสินเชื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่คนวัยทำงานนิยมกู้ยืมเงินนี้มาใช้จ่ายในยามฉุกเฉินหรือการกู้ยืมมาเพื่อลงทุนสร้างเนื้อสร้างตัวเพื่อหวังที่จะมีรายได้เพิ่มมากกว่ารายได้จากงานประจำ ดังนั้นการขอสินเชื่อส่วนบุคคลจึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้คนดีขึ้นหรือสามารถช่วยให้หลุดพ้นจากวิกฤติทางการเงินในภาวะฉุกเฉินได้ ทั้งนี้การใช้เงินสินเชื่อส่วนบุคคลจึงต้องมีความระมัดระวัง และต้องมีการวางแผนเรื่องการชำระคืนเงินสินเชื่อดังกล่าวให้สอดคล้องกับรายได้และความสามารถของตน จึงจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้สินเชื่อส่วนบุคคล มิเช่นนั้นแล้วอาจทำให้กลายเป็นภาระทางการเงินของคนที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดเวลาของสัญญา จนทำให้ประสบปัญหาในอนาคตได้

สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคลนั้นมีวัตถุประสงค์ในการให้กู้ยืมเพื่อการใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคหรือสำหรับกรณีที่มีเหตุการณ์ต้องใช้เงินฉุกเฉิน ธนาคารจึงออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคลเพื่อให้ลูกค้าสามารถขอสินเชื่อไว้ใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและอำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของตน โดยการให้กู้ยืมเงินสินเชื่อส่วนบุคคลนั้นธนาคารจะพิจารณาจากรายได้ของผู้กู้ยืมเป็นหลักกว่ามีความสามารถเพียงพอหรือไม่ หรือในบางครั้งธนาคารก็ต้องให้มีการค้ำประกันโดยบุคคลหรือสินทรัพย์เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ โดยสินเชื่อส่วนบุคคลสามารถช่วยให้คนที่มีความจำเป็นในการใช้เงินสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้คล่องตัวยิ่งขึ้น โดยธนาคารได้รับดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเป็นผลตอบแทน แต่การที่บุคคลๆ หนึ่งจะขอสินเชื่อส่วนบุคคลมาใช้นั้นย่อมมีปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งปัจจัยทางตรงและทางอ้อม เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาดของธนาคาร และปัจจัยแวดล้อม เช่น เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาถึง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค” นั้นจะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสมัครสินเชื่อส่วนบุคคล เพื่อที่จะได้สร้างแบบจำลองพยากรณ์ความต้องการขอสินเชื่อของลูกค้า และกลยุทธ์ที่จะสามารถจูงใจให้ลูกค้าสมัครสินเชื่อส่วนบุคคลได้

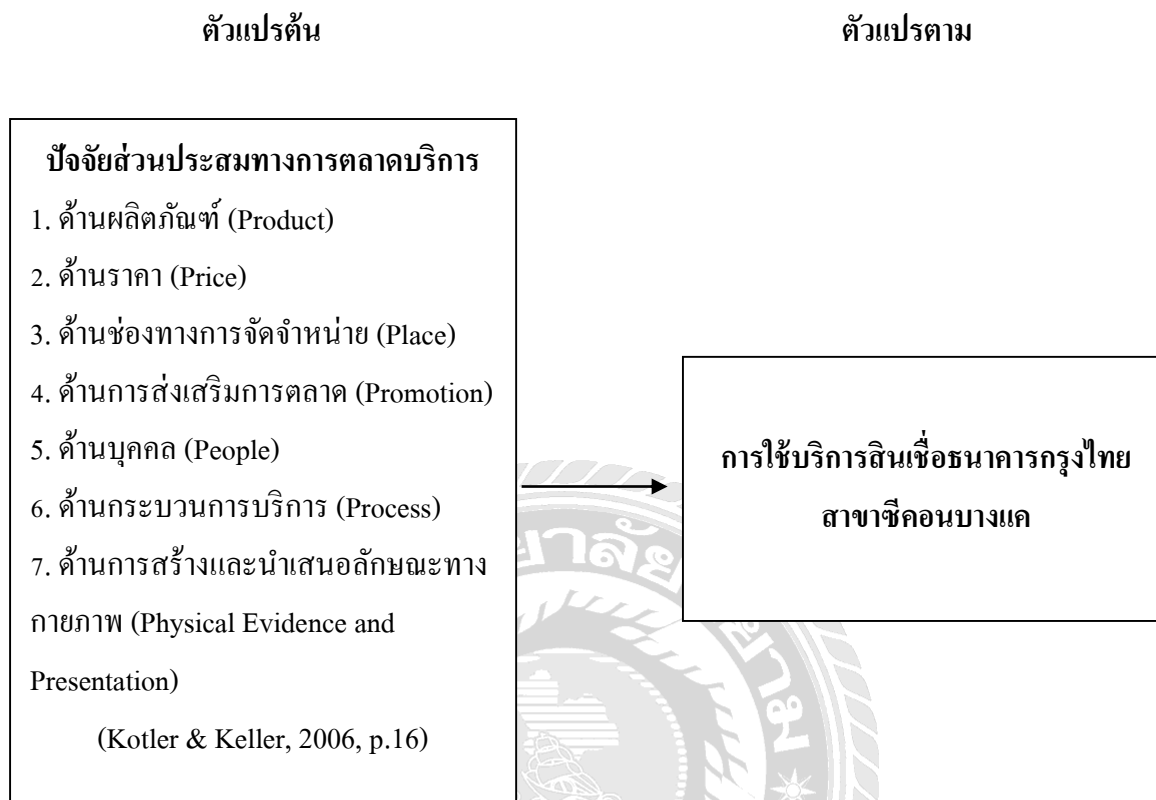
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยสำหรับการศึกษาว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค ไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) กับการใช้บริการสินเชื่อบริษัทกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย



1.4 ขอบเขตในการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค โดยได้แบ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)) ซึ่งประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค และดำเนินการเก็บข้อมูลตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2560 (ระยะเวลา 3 เดือน)

1.5 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

1.6 นิยามคำศัพท์

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรมากำหนดคำนิยามคำศัพท์เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังต่อไปนี้

1.6.1 ธนาคารกรุงไทย หมายถึง ธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค

1.6.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1.6.3 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย

1.6.4 ด้านราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายจ่ายในการขอสินเชื่อส่วนบุคคล เช่น ค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ย เบี้ยปรับ การจดจำนองหลักประกัน ค่าประเมินหลักประกัน เป็นต้น

1.6.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การเสนอขายสินเชื่อส่วนบุคคลผ่านช่องทางการขายต่างๆ ของธนาคารกรุงไทย

1.6.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การจัด โปร โหมชั่นส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าสนใจสมัครสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย

1.6.7 ด้านบุคคล หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย

1.6.8 ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการการขอสินเชื่อ การประเมิน และการอนุมัติสินเชื่อ

1.6.9 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสาขาของธนาคารกรุงไทย

1.6.10 สินเชื่อ หมายถึง การให้บริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ของธนาคารกรุงไทยที่ให้บริการแก่ลูกค้า

1.6.11 บริการสินเชื่อ หมายถึง การให้กู้ยืมเงินแก่ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย ตามประเภทและเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด

1.6.12 เงื่อนไขสินเชื่อ หมายถึง เงื่อนไขที่ทางธนาคารกรุงไทยกำหนดในการปล่อยสินเชื่อแก่ลูกค้าของธนาคาร รวมถึงอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และการชำระคืนเงินแก่ธนาคาร ฯลฯ

1.6.13 อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม หมายถึง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่ธนาคารกรุงไทย ประกาศไว้ให้ลูกค้าได้รับทราบ รวมถึงค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อกับธนาคาร

1.6.14 กระบวนการขอสินเชื่อ หมายถึง ขั้นตอน วิธีการในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย

1.6.15 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะต่างๆ ภายในสาขาของธนาคารกรุงไทย และ บริเวณโดยรอบ

1.6.16 ตัวชี้วัดเครดิต หมายถึง เครื่องมือที่ทางธนาคารกำหนดในการวัดคุณภาพและความสามารถของผู้ขอสินเชื่อกับทางธนาคาร เช่น รายได้ อาชีพ หลักประกัน บุคคลค้ำประกัน เป็นต้น

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.7.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทยสาขาซีคอน บางแค

1.7.2 ทำให้สามารถนำผลการศึกษาที่ได้พยากรณ์ความต้องการขอสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทยได้

1.7.3 สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในการกระตุ้นการขยายการปล่อยสินเชื่อของธนาคารกรุงไทยได้