

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่
ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF HIRE PURCHASE SERVICE OF
PRIVATE COMPANY IN ITF TOWER SILOM BANGKOK

นวเทพ ตั้งศรีวงศ์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Navatape Tangsriwong

E-mail: navatape.tangsriwong@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University,
Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทเอกชนที่ปฏิบัติงานอยู่ที่ อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 160 เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา คิดเป็นร้อยละ 100.00 วิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยสถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาคั้งนี้ พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.70 อยู่ในช่วงอายุ 31–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.75 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.63 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 51.88 และมีรายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.88

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของพนักงานบริษัทเอกชนที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ การให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ABSTRACT

The study of Factors affecting the selection of hire purchase service of private company in ITF tower Silom Bangkok has the objective to study factors affecting the selection of hire purchase service of private company in ITF tower Silom Bangkok. The study is quantitative research, has simple is private company in ITF tower Silom Bangkok. A questionnaire was applied as a research instrument. The questionnaire were randomly distributed to 160 users. The completed 160 questionnaires 100% were returned. For data analysis by a computer program. Wish using descriptive statistics to frequency, percentage, mean, standard deviation.

The results revealed that

1. It was found that most respondents were female with 63.70%, aged between 31-40 years old 38.75%, and married 51.88%, graduate bachelor's degree 80.63%, income levels are 30,001 – 40,000 Thai baths.

2. Factors affecting the selection of hire purchase service of private company in ITF tower Silom Bangkok Overall is at a high level. And when considering each aspect, it was found that the highest score was Product, Price, People, Promotion, Process, Place and Physical.

บทนำ

ในปัจจุบันพบว่ารถยนต์เป็นพาหนะที่ยังคงเป็นที่ต้องการและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของคนไทย หรืออาจกล่าวได้ว่ารถยนต์กลายเป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยทั่วไปก็ว่าได้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานในด้านประโยชน์ส่วนตัว ด้านธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยว ระบบขนส่ง เป็นต้น นอกจากนี้การมีรถยนต์ยังเป็นที่ตอบโจทย์ลักษณะการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่เร่งรีบ รวดเร็ว อีกทั้งจุดประสงค์หลัก

นอกจากการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือทำภารกิจส่วนตัวแล้ว การท่องเที่ยวก็เป็นอีกกิจกรรมที่เป็นนิยามของคนส่วนใหญ่ในขณะนี้

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยการศึกษาจะทำให้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ทั้งนี้ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ธุรกิจที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปวิเคราะห์ วางแผน ตลอดจนปรับปรุงนโยบาย และกำหนดแนวทางในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมีตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร
2. ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทเอกชนที่ปฏิบัติงานอยู่ที่ อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งอาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ตั้งอยู่เลขที่ 140 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร จำนวน 248 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2563) ผู้ศึกษาใช้วิธีการคำนวณตัวอย่างโดยการ ใช้สูตร Yamane กรณีที่ทราบจำนวนประชากรชัดเจน ได้ขนาดตัวอย่างอยู่ที่ 154 คน

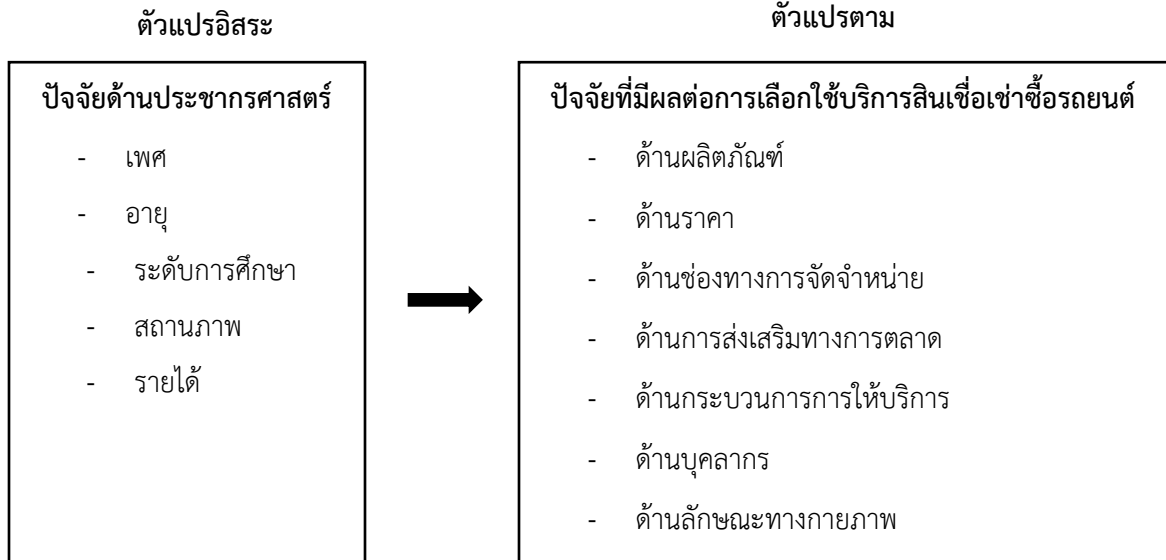
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัยตั้งแต่เดือน ตุลาคม – พฤศจิกายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้ากลุ่มอื่น และก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวความคิดการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551, หน้า 337-339) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งประกอบไปด้วยการเลือกตลาดเป้าหมายและการจัดทำส่วนประสมทางการตลาดของบริการ 7Ps โดยมีส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การสร้างบริการที่ธุรกิจพัฒนาขึ้นโดยต้องมีการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดรวมไปถึงการสร้างคุณค่า value ให้เกิดขึ้นอีกด้วยผลิตภัณฑ์บริการจะใช้กับธุรกิจทุกประเภทที่มีการให้บริการ

- ราคา (Price) หมายถึง การตั้งราคาค่าบริการโดยลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายโดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่บนระดับที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้

- ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ (Place) หมายถึง การจัดจำหน่ายบริการเป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริการตามความต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้าพฤติกรรมของลูกค้า

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การส่งเสริมการจัดจำหน่ายบริการไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งหมายให้ตลาดเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย

- บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการบริการตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุดดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการสรรหาคัดเลือกพัฒนาฝึกอบรมรวมไปถึงการจูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

- กระบวนการให้บริการ (Processes) หมายถึง วิธีการดำเนินงานขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด

- ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การแสดงให้ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการเห็นคุณภาพหรือคุณค่าของบริการ โดยผ่านสิ่งที่มองเห็นได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณาภรณ์ ชัยรัตน์ (2554) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทเงินต้นนั่งส่วนบุคคลของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสจดทะเบียน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และสาขาที่ใช้บริการคือสงขลา พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริษัทเงินต้นนั่งส่วนบุคคลของธนาคารทิสโก้ พบว่าส่วนใหญ่เหตุผลในการใช้บริการเนื่องจากอัตราดอกเบี้ยต่ำ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการชักชวนจากพนักงานธนาคาร ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี ระยะเวลาที่เลือกใช้บริการผ่อนชำระ 5 ปี ช่องทางในการชำระเงินค่างวด ได้แก่ สาขาของธนาคารทิสโก้และวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ 400,001-500,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทเงินต้นนั่งส่วนบุคคลของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคใต้โดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาหลายด้านพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงจากมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

กุลริสา วุฒิสิริกุล (2558) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกรณีศึกษานักเรียนเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาสุขสวัสดิ์ 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 31-40 ปีโดยมีสถานภาพสมรสแบบจดทะเบียน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทมือสองเพราะวงเงินที่อนุมัติให้สูงทราบข้อมูลจากคำแนะนำจากญาติ/เพื่อนใช้บริการสินเชื่อบริษัทมือสองเฉลี่ยปีละ 1 ครั้งระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ 5 ปีชำระค่างวดผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสและมีวงเงินกู้ระหว่าง 300,001-400,000 บาท 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ 4) ปัจจัยจิตวิทยาอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความเชื่อและทัศนคติ ด้านการรับรู้ด้านการเรียนรู้ และด้านการจูงใจ ตามลำดับ 5) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการสินเชื่อบริการรถยนต์มือสอง 6) ปัจจัยจิตวิทยา ได้แก่ ด้านการตั้งใจ ด้านความเชื่อและทัศนคติ ด้านการเรียนรู้ และด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการรถยนต์มือสอง

สุรัสสา มีด้วง (2558) มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยใช้ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยส่วนประสมทาง ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาโดยรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่แรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ตามลำดับ 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับ มาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทำเลที่ตั้งและช่องทาง การจัดจำหน่าย ตามลำดับ 3) อายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อที่อยู่อาศัย 4) ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เรียง จากมากไปน้อย ได้แก่ ทัศนคติ การรับรู้และแรงจูงใจ ตามลำดับ 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้าน กระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ

อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ทั้งนี้ความต้องการเติมเต็มชีวิตมีความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.50 และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความต้องการปัจจัยสี่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.15 ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ทั้งนี้ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.80 และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.22

วชิราพร พงษ์สวัสดิ์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในด้านผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดบุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นพนักงาน บริษัท เอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการศึกษาประชาชน

ในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากตามลำดับดังนี้ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านการส่งเสริมการตลาด

พรทิวา อภัยวงศ์ (2559) การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อ และพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้สินเชื่อรถยนต์ใช้แล้วของธนาคารเกียรตินาคินในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสินเชื่อต่ำกว่าร้อยละ 80 ของราคากลาง ส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย สมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 32 ปีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 33,458 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกใช้สินเชื่อรถยนต์ใช้แล้ว อันดับ 1 คือ ด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ ในการขอสินเชื่อรถยนต์ใช้แล้ว ส่วนใหญ่นำไปใช้ส่วนบุคคล ได้รับวงเงินกู้เฉลี่ย 423,970 บาทต่อคน อัตรา ดอกเบี้ยเงินกู้ต่อปีเฉลี่ย ร้อยละ 4.5 ระยะเวลาในการผ่อนชำระเฉลี่ย 60 งวด ค่าประกันภัยรถยนต์เฉลี่ย 12,984 บาทต่อคน ค่าประกันชีวิตเฉลี่ย 11,456 บาทต่อคน กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสินเชื่อตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไปของราคากลาง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 35 ปีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 42,435 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อ รถยนต์ใช้แล้ว อันดับ 1 คือ ด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ ในการขอสินเชื่อ รถยนต์ใช้แล้ว ส่วนใหญ่นำไปใช้ส่วนบุคคล โดยได้รับวงเงินกู้เฉลี่ย 502,656 บาทต่อคน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่อ ปีเฉลี่ย ร้อยละ 4.5 ระยะเวลาในการผ่อนชำระเฉลี่ย 60 งวด ค่าประกันภัยรถยนต์เฉลี่ย 15,630 บาทต่อคน ค่าประกันชีวิตเฉลี่ย 14,864 บาทต่อคน

สุภัทรี คำมณี (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่ออเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนางลิ้นจี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ สินเชื่ออเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนางลิ้นจี่ ผลการศึกษาพบว่า 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่ออเนกประสงค์ของ ข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนางลิ้นจี่ในภาพรวม ทุกด้านอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่ออเนกประสงค์อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านพนักงานให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ด้านช่องทางการให้บริการ กับ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยทางสถิติเชิงปริมาณ โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยในบทนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีสม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 160 คน โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งผู้วิจัย จะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยแจกแบบสอบถามที่เป็นแบบกระดาษ และสอบถามผ่านออนไลน์ โดยใช้ Google Form
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาครบถ้วนแล้ว เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน นำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 26.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าความถี่, ค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีสม กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 และเพศชาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือ 25 – 30 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 34.37, ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.88 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 80.63 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.37 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 51.88 รองลงมาคือ

สถานภาพโสด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 ตามลำดับ ด้านรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–40,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 31.88 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25, 10,000–20,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 21.88, มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.87 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 7 ด้าน โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.05$, $\bar{X} = 4.03$, $\bar{X} = 3.92$, $\bar{X} = 3.87$, $\bar{X} = 3.85$, $\bar{X} = 3.83$ และ $\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร มีผู้เลือกใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 160 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 และเพศชาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือ 25–30 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 34.37, ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.88 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 80.63 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.37 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 51.88 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–40,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 31.88 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25, 10,000–20,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 21.88, มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.87 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ส่วนข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน มีบริการที่หลากหลายครบ ตามลำดับ

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ย ส่วนข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการงานทะเบียน อื่น ๆ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถผ่อนชำระผ่าน Mobile Banking สาขาจำนวนมาก ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ มีบริเวณจอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ มีบริการติดต่อทาง Line Official ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต แจกรางวัลและของขวัญ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพดี มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สามารถชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการบริการ ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร สถานที่ประกอบการใช้อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สถานที่ประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร สถานที่ประกอบการมีความสะอาด สบายตา ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก เช่น ชา กาแฟ น้ำดื่ม แก้วน้ำ พัก และห้องน้ำ สถานประกอบการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอนรรักษ์ เพ็ชรอินทร (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ย ส่วนข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการงานทะเบียน อื่น ๆ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวชิราพร พงษ์สวัสดิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ สามารถผ่อนชำระผ่าน Mobile Banking สาขา มีจำนวนมาก ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ มีบริเวณจอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ มีบริการติดต่อทาง Line Official ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคณาพจน์ ชัยรัตน์ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ของธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคใต้

ด้านส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด ลูกค้ายกค่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ

ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต แจกรางวัลและของขวัญ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกุลริสา วิมิสิริกุล (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาสุขสวัสดิ์

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพดี มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุรสา มีดวง (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักงานราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ สามารถชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว ความสะดวกเร็วในการอนุมัติ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุภาวี คำมณี (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อประเภทประกันชีวิตของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนางลิ้นจี่ วิทยานิพนธ์

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความสำคัญมาก คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร สถานประกอบการใช้อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร สถานประกอบการมีความสะอาด สบายตา ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ชา กาแฟ น้ำดื่ม เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ สถานประกอบการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิวา อภัยวงศ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใช้แล้วของธนาคารเกียรตินาคิน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ผู้บริหารควรพิจารณาเรื่องความครอบคลุมในด้านตัวเลือกของระยะเวลาการผ่อนชำระ เนื่องจากปัจจุบันพบว่ากำหนดระยะเวลาการผ่อนชำระจะอยู่ที่หน่วย

จำนวนปี ซึ่งหากมองถึงความครอบคลุมจะเห็นว่า มีช่องว่างความห่างระหว่างงวดชำระมากเกินไป หากผู้บริหาร ออกนโยบายเพื่อปรับระดับของระยะเวลาการผ่อนชำระให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น ปรับกำหนด ระยะเวลาผ่อนชำระทุก ๆ 6 เดือน จะเป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับผู้ใช้บริการสินเชื่อสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการมากยิ่งขึ้น, ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที โดยปกติขั้นตอนการโอนทะเบียนหลังจากลูกค้าผ่อน ชำระหมดหรือปิดบัญชี จะใช้ระยะเวลาประมาณ 10-30 วัน ซึ่งขั้นตอนที่ใช้เวลามากที่สุดให้กระบวนการการโอน ทะเบียน คือ การส่งเล่มทะเบียนจากบริษัทผู้ให้บริการสินเชื่อไปยังลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารควรปรับปรุงขั้นตอน การส่งทะเบียนให้ลูกค้า โดยการใช้บริการขนส่งเอกชนที่มีความรวดเร็ว เช่น Kerry, J&T เป็นต้น, วงเงินสินเชื่อที่ ให้แก่ลูกค้า ผู้บริหารควรกำหนดนโยบาย หรือควบคุมวงเงินสินเชื่อให้มีความยืดหยุ่น โดยพิจารณาความ เหมาะสมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม

ด้านราคา โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงาน บริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ อัตราดอกเบี้ย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยในระดับมาก ดังนั้น ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรหมั่นพิจารณาและเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยกับบริษัทผู้ให้บริการด้านสินเชื่ออื่น ๆ อยู่เสมอ เพื่อปรับให้มีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด ผู้บริหารควร ปรับปรุงในเรื่องของการกำหนดอัตราผ่อนชำระต่องวดให้มีความยืดหยุ่น และเหมาะสมกับสถานการณ์ เศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ๆ , อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการงานทะเบียน อื่น ๆ ปัจจุบันพบว่า บริษัทผู้ให้บริการด้านสินเชื่อได้มีการละเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่าง ๆ จาก ลูกค้า ซึ่งส่งผลในทางบวกต่อลูกค้าเป็นอย่างมาก และมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของ พนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สามารถผ่อนชำระผ่าน Mobile Banking ในปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking เป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะฉะนั้นผู้บริหารควรปรับปรุงขั้นตอนการชำระผ่าน Mobile Banking ให้มีความง่ายมากยิ่งขึ้น อีกประเด็นที่ควรปรับปรุงคือ การมีระบบการตัดยอดการชำระอัตโนมัติ ณ เวลาที่ชำระ, สาขาที่มีจำนวนมาก นอกจากการมีสาขาที่มีจำนวนมากแล้ว ควรมีเจ้าหน้าที่การตลาดสินเชื่อเช่าซื้อ รถยนต์ไปประจำอยู่ที่โชว์รูมใหญ่ๆ ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อสะดวกต่อการติดต่อของลูกค้ามากยิ่งขึ้น, ทำเลที่ตั้งอยู่ ใกล้ ผู้บริหารควรพิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทางไปยังสาขา โดยอาจจะพิจารณาที่ตั้งของสาขาที่มีความ ใกล้กับสถานีรถโดยสารสาธารณะ นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงสภาพการจราจรในการเดินทางของลูกค้า

ด้านส่งเสริมทางการตลาด โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของ พนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด ควรมีการแจ้งส่วนลดดอกเบี้ยในกรณี ปิดบัญชีล่วงหน้าแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของลูกค้า, ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ ควรมีการแจ้งเงื่อนไขพิจารณาให้ลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง, ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน ควรใช้การประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ที่มียอดผู้ติดตาม 1 ล้านคน ขึ้นไป โดยทำ Content ที่น่าสนใจ การใช้กราฟฟิคที่สะดุดตา และถือเป็นช่องทางที่ทันสมัย

ด้านบุคลากร โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงาน บริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ควรจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะที่จำเป็นให้แก่พนักงาน เช่น หลักสูตรการสื่อสาร หลักสูตรข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ เป็นต้น, พนักงานสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน ควรจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะที่จำเป็นให้แก่พนักงาน เช่น หลักสูตรการสื่อสาร หลักสูตรข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ควรใช้เทคโนโลยีสำหรับการบันทึกข้อซักถามของลูกค้า และนำมาจำแนกกลุ่มพร้อมทั้งสรุปจัดทำเป็นคู่มือ เพื่อเป็นแนวทางในการตอบคำถามของลูกค้า อีกทั้งควรใช้หลักเกณฑ์การสรรหาบุคลากรที่มีพื้นฐานการสื่อสารที่ดี มีไหวพริบดี จะส่งผลให้สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดี, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ปรับปรุงเกณฑ์การสรรหาบุคลากรให้สอดคล้องกับงานที่ปฏิบัติ และจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับหลักสูตรการพัฒนาบุคลากร ตลอดจนจัดหาชุดยูนิฟอร์มที่ทันสมัย

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สามารถชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว เพิ่มช่องทางการชำระค่าบริการให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น, ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ ใช้เทคโนโลยีเพื่อทำการพิจารณาเงื่อนไขและคุณสมบัติของลูกค้าในเบื้องต้น ทั้งนี้จะช่วยให้การอนุมัติมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บุคลากรด้านการพิจารณา หรือวิเคราะห์สินเชื่อควรมีความรู้ความสามารถ ตลอดจนมีความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อให้การอนุมัติมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น, เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้บริหารควรพิจารณาและปรับปรุงเงื่อนไขและขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่ออยู่เสมอ โดยการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของพนักงานบริษัทเอกชน ที่ปฏิบัติงานในอาคาร ไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สีลม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร ควรมีการประชาสัมพันธ์องค์กรให้ทั่วถึง ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เช่น การทำ CSR เป็นต้น ตลอดจนการปรับปรุงนโยบายให้สะท้อนถึงการเป็นองค์กรที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมทั้งการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล, สถานประกอบการใช้อุปกรณ์

และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควรปรับปรุงโครงสร้างงบประมาณสำหรับการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย, สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร สถานประกอบการควรตั้งอยู่ในย่านเศรษฐกิจ มองเห็นได้อย่างชัดเจน

บรรณานุกรม

กุลริสา วุฒิสิริกุล.(2557).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริโภคของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาสุขสวัสดิ์.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

คณาพจน์ ชัยรัตน์.(2554).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริโภคส่วนบุคคล ของธนาคาร ทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคใต้.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

พรทิวา อภัยวงศ์.(2559).พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้สินเชื่อบริโภคแล้วของธนาคารเกียรตินาคิน ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วชิราพร พงษ์สวัสดิ์.(2559).ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อบริโภคของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

สุภัทวี คำมณี.(2559).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ อเนกประสงค์ของ

ข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนางลิ้นจี่.วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยปทุมธานี.

สุรัสดา มีด่าง.(2558).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนัก

ราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3).กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อนรรักษ์ เพ็ชรอินทร.(2559).ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน).การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.