

ธรรมรัตน์ พลอยเพชร*

โอกาสทางการตลาดสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา
Opportunities for Marketing of Education Loans

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมด้านคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อ รวมทั้งระดับปัญหาอุปสรรคในการขอสินเชื่อ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิทยาแบบผสม (mixed methodology) กล่าวคืออาศัยกระบวนการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณควบคู่กันไป โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารและแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 514 ราย ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการเงินและการศึกษาของประเทศ ผลการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกัน สรุปคือ ความพร้อมด้านคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา พบว่า

ผู้ขอสินเชื่อส่วนใหญ่ขาดคุณสมบัติเรื่องรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป และมีปัญหาเรื่องหนี้สินและภาระค่าใช้จ่ายส่วนตัว ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง พนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องความสะดวกในการเดินทางและเวลาที่เหมาะสมที่ผู้ขอสินเชื่อสามารถเข้าใช้บริการ ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด ระดับปัญหาอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากธนาคารขอเอกสารประกอบในการอนุมัติสินเชื่อเป็นจำนวนมากและการพิจารณาสินเชื่อใช้เวลานาน

*นักศึกษาระดับบริหารธุรกิจยุคดิจิทัล
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Abstract

The purpose of this study was to evaluate the qualifications of the graduate loan requirements, the marketing factors influenced on the decision making of the requirements and the obstructions of loan porcedure. The researcher used a mixed-methodology consisting of qualitative and quantitative researches by interviewing bank executives and distributing questionnaire to 514 people in the province used as the center of finance and education in Thailand. The result of qualitative research was in agreement with quantitative research. It was found that most loan application lacked the salary requirement of 15,000 B up, and problems of personal expenditure and debt. The marketing factors influenced the decision making of the requirements were customer service, the convenience of traveling, suitable time that loan requiremnts could use this service, and the cost of loan procedure was less important. The obstructions of graduate loan procedure were the bank's requirement for documental to approve each loan and it took a long time to consider each case.

บทนำ

การตลาด เป็นกิจกรรมที่สำคัญยิ่งในภาคธุรกิจและในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ หากพิจารณาในระดับโลก จะพบว่า การตลาดภาคบริการ (service sector) กลายเป็นกิจกรรมภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากที่สุดในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมในฐานะที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้และการจ้างงานที่สำคัญที่สุดในปัจจุบันอีกด้วย (Asian and Europe Services Liberalisation, 2003, p.81) แม้แต่ในประเทศไทย การตลาดภาคบริการ ก็มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน อุตสาหกรรมภาคบริการที่มีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้น ธนาคารพาณิชย์มักจะได้รับการกล่าวขานเสมอมา และภายใต้การเปิดเสรีทางการเงิน ธนาคารพาณิชย์

ทั้งในและต่างประเทศ ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ต่างมีการแข่งขันทางการตลาดรูปแบบต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ โดยการสร้างความพึงพอใจและแก้ไขอุปสรรคที่มีผลกระทบทำให้จำนวนลูกค้าลดลง ในการวิจัยเพื่อหาโอกาสทางการตลาดเงินกู้เพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา จึงเป็นสิ่งสำคัญในฐานะกิจกรรมทางการตลาด ที่มีบทบาทต่อธุรกิจ และภาคเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ การศึกษายังเป็นการพัฒนาประชากรของประเทศ ให้พร้อมกับการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ที่นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น

เนื่องจากการศึกษาเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การจัดบริการการศึกษาเป็นภาระหนักของรัฐ ด้วยเหตุผลหลายประการ อาทิ การขาดแคลนรายได้ของรัฐ รัฐที่ไม่พึงพึงภาคเอกชน มักเรียกเก็บภาษีในอัตราที่ค่อนข้างสูงในการระดมทรัพยากรเพื่อการศึกษา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยภาคเอกชนในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการศึกษา ทั้งนี้เพื่อสร้างความเสมอภาคในโอกาสของการศึกษา อันสืบเนื่องจากความแตกต่างในฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชน (เพ็ญศรี วายวานนท์ และคณะ, 2521) นักวิชาการและนักวางแผนชาวตะวันตกที่มีโอกาสมาทำงานและมาวิจัยในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายได้ตั้งข้อสังเกตว่ากลุ่มประชาชนที่มีโอกาสได้รับการศึกษาในระดับสูงและมีรายได้ดีด้วยนั้น มักจะสืบเนื่องกับฐานะทางสังคมที่ดีซึ่งเป็นมาตามชนบทประเพณีเดิม มิได้เป็นไปตามเกณฑ์การแข่งขันโดยเท่าเทียมกันของทุกคนชั้นในสังคม (Adams & Bjork, 1969)

สาเหตุที่ทำให้การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เป็นที่ต้องการของประชาชนจำนวนมาก เพราะผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีโอกาสมีงานทำมากขึ้น และผู้ที่ยากจนมักจะถูกแทนที่โดยคนร่ำรวยทั้งในการศึกษาและงาน ทั้งนี้เพราะผู้ยากจนย่อมไม่สามารถสู้ค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ค่อนข้างสูงได้ (รังสรรค์ ธนะพันธุ์, 2517)

สินเชื่อเพื่อการศึกษา เริ่มขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อประมาณ ค.ศ. 1977 โดยมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้เริ่มทดลองโครงการประเภทหนึ่ง เรียกว่า “เรียนก่อนและจ่ายทีหลัง” หรือ “learn now and pay later” โดยมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเป็นผู้ออกเงินให้นักเรียนไปใช้จ่ายในการซื้อตำรา ค่าอาหาร และค่าที่พักอาศัย ตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

นักศึกษาที่มีหน้าที่ผ่อนชำระเงินต้นและดอกเบี้ยคืนในระยะเวลาที่ค่อนข้างยาว นอกจากนี้ยังมีระยะเวลาปลอดหนี้ช่วงหนึ่ง บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในสหรัฐอเมริกา ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนมีโอกาสดำเนินงานทำในระหว่างศึกษาได้สะดวก รวมทั้งมีทุนให้เปล่าจากมหาวิทยาลัย และภาคเอกชนจำนวนมาก (Buchanan, 1960)

สำหรับประเทศไทยนั้น หลังเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจขึ้น ธนาคารพาณิชย์ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการปล่อยสินเชื่อลูกค้ารายใหญ่ ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงหันมาสนใจปล่อยสินเชื่อรายย่อยมากขึ้น (retail banking) ทั้งนี้เนื่องจากการปล่อยสินเชื่อรายย่อย นอกจากจะสามารถกระจายความเสี่ยงได้แล้ว ผู้ขอสินเชื่อรายย่อยยังมีอำนาจต่อรองด้านค่าใช้จ่ายน้อยกว่าอีกด้วย ดังนั้นสินเชื่อเพื่อการศึกษาจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์สามารถสร้างโอกาสในการขยายสินเชื่อรายย่อยได้ ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้ดำเนินการให้สินเชื่อเพื่อการศึกษา รวม 2 ประเภท คือ การให้สินเชื่อเพื่อการศึกษาทางตรงและทางอ้อม

สินเชื่อเพื่อการศึกษาทางตรง เป็นการให้กู้ยืมเงินเพื่อใช้จ่ายในการศึกษา โดยไม่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับการฝากเงิน ในปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์ดำเนินการให้สินเชื่อด้านนี้อย่างจริงจังเพียงธนาคารเดียว ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยผู้ขอกู้เงินต้องมีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป และมีบุคคลค้ำประกัน 1 คน การอนุมัติสินเชื่อใช้แนวปฏิบัติของการให้สินเชื่อโดยทั่วไป ส่วนการผ่อนชำระผู้กู้จะผ่อนชำระเงินต้นและดอกเบี้ยเป็นรายเดือน ในสัดส่วนของวงเงินกู้ที่อนุมัติระยะเวลาผ่อนชำระประมาณ 5-7 ปี (เอกสารสินเชื่อเพื่อการศึกษา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด มหาชน, 2548)

สินเชื่อเพื่อการศึกษาทางอ้อม เป็นวิธีการกู้ยืมเงินที่ธนาคารพาณิชย์ได้กำหนดเงื่อนไขให้ผู้ที่ต้องการขอกู้ ได้แก่ บิดามารดา ผู้ปกครอง หรือผู้ที่ต้องการศึกษาต่อเอง นำเงินออมของตนไปฝากประเภทออมทรัพย์เพื่อการศึกษาเป็นประจำ เพื่อกองยอดเงินจำนวนหนึ่งตามแต่จะตกลงกัน โดยในระหว่างที่ฝากเงินดังกล่าว ธนาคารพาณิชย์จะกิดดอกเบี้ยเงินฝากให้แก่ผู้ฝากตามอัตราที่กำหนดไว้และธนาคารพาณิชย์จะให้กู้เงินเพื่อนำเอาไปใช้จ่ายในการศึกษาเพิ่มจากจำนวนเงินที่ฝากไว้ในระหว่าง 1-2 เท่า โดยคิดอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประมาณร้อยละ 2 (เอกสารการฝากเงิน

เพื่อการศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน, 2548)

ด้านปริมาณนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของโอกาสทางการตลาดสินเชื่อเพื่อการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ได้จัดทำ “รายงานจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาโทและเอก เพื่อศึกษาต่อสถาบันการศึกษาภายในประเทศ” เมื่อปี 2546 สรุปได้ว่า ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเอกชน เปิดหลักสูตรในระดับปริญญาโท ภาคพิเศษ ทั้งสิ้น 269 หลักสูตร เป็นกลุ่มสังคมศาสตร์ 183 หลักสูตร และกลุ่มวิทยาศาสตร์ 86 หลักสูตร ประมาณจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 20,620 คน กลุ่มสังคมศาสตร์ ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรเฉลี่ยต่อคน 181,018 บาท และกลุ่มวิทยาศาสตร์ ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรเฉลี่ยต่อคน 157,067 บาท ในระดับปริญญาเอก เปิดทั้งสิ้น 40 หลักสูตร เป็นกลุ่มสังคมศาสตร์ 22 หลักสูตร และกลุ่มวิทยาศาสตร์ 18 หลักสูตร ประมาณจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 1,098 คน กลุ่มสังคมศาสตร์ ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรเฉลี่ยต่อคน 505,422 บาท

ภายใต้การเปิดเสรีทางการเงิน ธนาคารพาณิชย์ทั้งในและต่างประเทศ ต่างมีการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรง โดยทุกธนาคารหันมาให้ความสนใจในการปรับปรุงระบบการบริการ และสร้างนวัตกรรมทางการเงินในรูปแบบของการบริการสินเชื่อประเภทใหม่ๆ ที่มีความหลากหลาย เพื่อมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค การวิจัยเพื่อหาโอกาสทางการตลาดเงินกู้เพื่อศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องด้วยหากพิจารณาทางด้านธนาคารพาณิชย์สินเชื่อดังกล่าว เป็นการสร้างความหลากหลายให้แก่ตัวสินค้า และถ้าพิจารณาทางด้านผู้บริโภค การศึกษาถือเป็นสิ่งจำเป็นต่อความก้าวหน้าในวิชาชีพ รวมทั้งผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จทางธุรกิจ หรือผู้อยู่ในวิชาชีพต่างจำเป็นต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจต่อโลก ในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ซึ่งการแข่งขันเป็นการแข่งขันระดับโลก

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาแบบผสม (mixed methodology) เพื่อศึกษาโอกาสทางการขยายตลาดสินเชื่อเพื่อศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยแบ่งการศึกษาเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

การสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ ที่มีหน้าที่โดยตรงในการบริหารสินเชื่อเพื่อการศึกษา ส่วนตอนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งตรวจสอบและทดสอบสมมติฐานในด้านความพร้อมของผู้ขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อ โดยแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการเงินและการศึกษาของประเทศในแต่ละภาค ได้แก่ ภาคกลางที่กรุงเทพฯและปริมณฑลภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่จังหวัดขอนแก่น และภาคใต้ที่จังหวัดสงขลา รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 514 ราย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิจัย จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ ที่มีหน้าที่โดยตรงในการบริหารสินเชื่อเพื่อการศึกษา สรุปได้ดังนี้

แนวคิดในการเปิดบริการสินเชื่อเพื่อการศึกษา เกิดจากความต้องการขยายตลาดสินเชื่อรายย่อยของธนาคารให้มากขึ้น โดยเพิ่มวัตถุประสงค์ของการกู้ยืมสินเชื่อเพื่อการศึกษา ปัญหาและอุปสรรคในการบริการสินเชื่อเพื่อการศึกษา ส่วนใหญ่เกิดจากผู้กู้มีภาระหนี้ค่อนข้างมาก และขาดการผ่อนชำระกับธนาคาร สิ่งที่ธนาคารได้รับจากการเปิดบริการสินเชื่อเพื่อการศึกษา คือยอดสินเชื่อที่เพิ่มขึ้น ความเสี่ยงของธนาคารในบริการสินเชื่อเพื่อการศึกษา ส่วนใหญ่เกิดจากนักศึกษานำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ เช่น อาจนำไปชำระหนี้ประเภทอื่น โอกาสทางการตลาดของสินเชื่อเพื่อการศึกษาอยู่ในภาวะชะลอตัว ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการประสานงานกับสถาบันการศึกษา คือ สถาบันการศึกษา มิได้กลั่นกรองคุณสมบัติเบื้องต้นของนักศึกษาที่มีความประสงค์จะขอสินเชื่อให้ธนาคาร ปัจจุบันธนาคารมีปริมาณลูกค้าบริการสินเชื่อเพื่อการศึกษา ประมาณ 300 ราย และมีแนวโน้มน้อยลง จังหวัดที่เป็นฐานของลูกค้าบริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง โดยเฉพาะจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนในภาคอื่นๆ นั้นมีน้อยมาก ที่พอมีบ้างคือ ภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ ภาคใต้ที่จังหวัดสงขลา ภาคอีสานที่จังหวัดขอนแก่น สัดส่วนของผู้กู้ที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อ มีอยู่ประมาณร้อยละ 30

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยจากการแจกแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

1. ด้านความพร้อมของคุณสมบัติผู้ขอสินเชื่อ จากการแจกแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมตามเกณฑ์คุณสมบัติการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.81 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนรายที่ไม่พร้อมส่วนใหญ่ เกิดจากปัญหาด้านรายได้ไม่ถึงเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนดไว้ คือ 15,000 บาท รองลงมาคือปัญหาด้านการมีหนี้สินและภาระค่าใช้จ่ายส่วนตัวสูง

2. ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา จากแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยด้านการตลาดสินเชื่อเพื่อการศึกษาของธุรกิจธนาคารพาณิชย์นั้น จะมีลักษณะใกล้เคียงกับธุรกิจบริการทั่วไป แต่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงและควรสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการ รองลงมาได้แก่ ด้านความสะดวกในการเดินทางและเวลาที่เหมาะสมที่ผู้ขอสินเชื่อเข้าใช้บริการ ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด

3. ด้านปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากธนาคารพาณิชย์ขอเอกสารประกอบของผู้สมัครและผู้ค้ำประกันค่อนข้างมาก และระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อใช้เวลานาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

H1: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาแตกต่างกัน ผลการทดสอบสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาโดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่านัยสำคัญ ที่คำนวณได้คือ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาโดยภาพรวม

ต่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่านัยสำคัญ ที่คำนวณได้คือ 0.04 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่เหลือ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

H2: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาแตกต่างกัน ผลการทดสอบสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเนื่อง แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาต่างกันโดยภาพรวม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่านัยสำคัญ ที่คำนวณได้คือ 0.02 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่เหลือ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผล

1. หลังวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในประเทศไทยเกิดขึ้น ธนาคารพาณิชย์ได้รับผลกระทบอย่างมาก จากการปล่อยสินเชื่อลูกค้ารายใหญ่ ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงหันมาสนใจปล่อยสินเชื่อรายย่อยมากขึ้น (retail banking) ทั้งนี้เนื่องจากการปล่อยสินเชื่อรายย่อย นอกจากจะกระจายความเสี่ยงได้แล้ว ผู้ขอสินเชื่อรายย่อยยังมีอำนาจต่อรองทางด้านค่าใช้จ่ายน้อยอีกด้วย ดังผลการวิจัย ด้านค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด

2. ปัญหาสำคัญที่ทำให้ผู้ขอสินเชื่อไม่ผ่านเกณฑ์ของธนาคารในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา เกิดจากผู้กู้มีภาระหนี้ก่อนข้างมาก แม้จะมีรายได้ตามเกณฑ์ของธนาคาร ซึ่งเป็นผลจากการรูดตลาดสินเชื่อรายย่อย (retail banking) ในรูปแบบต่างๆ ของสถาบันการเงินทั้งที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (deposit taking institutions) เช่น ธนาคารพาณิชย์ (commercial bank) สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ (specialized financial institutions) รวมถึงธุรกิจที่มีใช่สถาบันการเงิน (credit institutions) เช่น บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ ซึ่งก่อให้เกิดหนี้ภาคครัวเรือน ทำให้ผู้ขอสินเชื่อส่วนใหญ่ถูกปฏิเสธสินเชื่อ เนื่องจาก

รายได้ไม่ถึงเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนด

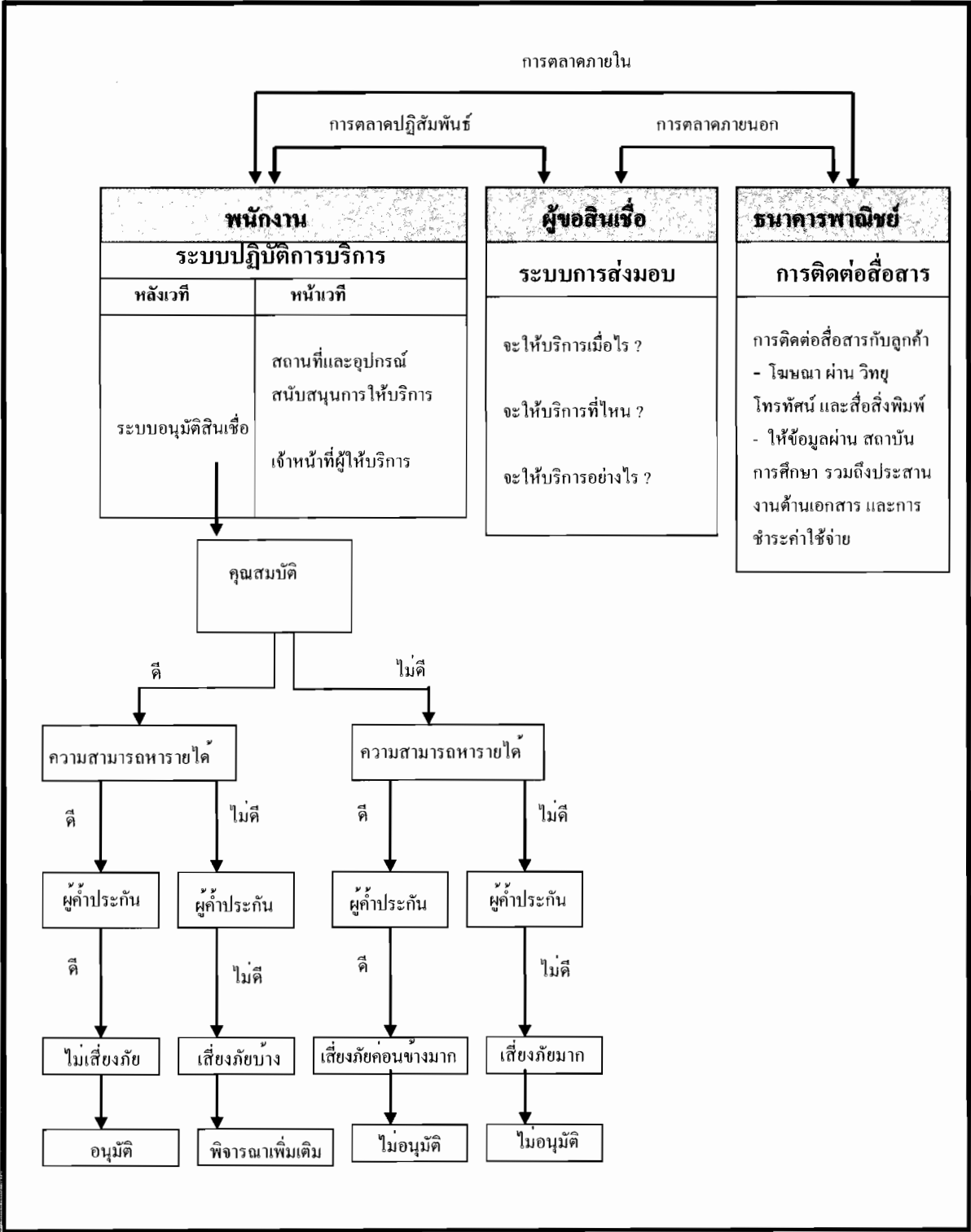
3. ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นธุรกิจบริการ ประเด็นสำคัญในการตัดสินใจอยู่ที่ความสะดวกในการเดินทางและเวลาที่เหมาะสมที่ผู้ขอสินเชื่อเข้าใช้บริการ ดังนั้นการกระจายสาขาอย่างเหมาะสมและการขยายสาขาเข้าสู่ย่านธุรกิจที่สะดวกในการติดต่อ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก อย่างไรก็ตามผู้ขอสินเชื่ออาจมีปัจจัยในการตัดสินใจแตกต่างจากผู้ฝากเงินในประเด็นภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้ขอสินเชื่อจะพิจารณาทางด้านความเป็นธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ฝากเงินจะพิจารณาทางด้านความมั่นคงของธนาคารเป็นลำดับแรก

4. ด้านปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา ส่วนใหญ่ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากธนาคารพาณิชย์ขอเอกสารประกอบของผู้สมัครและผู้ค้ำประกันค่อนข้างมาก เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการอนุมัติสินเชื่อ และการกู้เงินผิดวัตถุประสงค์ เนื่องจากหากเกิดหนี้ มีปัญหา nonforming loan (NPL) ธนาคารจะต้องดำเนินการกันสำรองสินทรัพย์เสี่ยง (BIS) ในอัตราที่สูง ซึ่งจะทำให้ผลการประกอบการของธนาคารต่ำลง

5. ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศและอายุงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาแตกต่างกันนั้น เป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนปัจจัยบุคคล ด้านสถานภาพ ตำแหน่งงาน และอายุงานนั้น สินเชื่อเพื่อการศึกษา มีความแตกต่างกันจากการตลาดสินค้าประเภทอื่น เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้/เดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า ผู้มีรายได้/เดือนสูงกว่า ย่อมมีโอกาสเลือกในการใช้บริการสินเชื่อ กับสถาบันการเงินต่างๆ ดังนั้น การขอเอกสารประกอบจำนวนมาก จึงถูกมองเป็นปัญหาและอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ ส่วนผู้มีรายได้/เดือนต่ำ มักมองหาสถาบันการเงินที่มีนโยบายด้านคุณสมบัติผู้ขอสินเชื่อและหลักประกันที่ผ่อนปรน จึงยอมรับได้ในด้านการขอเอกสารประกอบจำนวนมาก

การประยุกต์และพัฒนารูปแบบทางการตลาดสินเชื่อเพื่อการศึกษา

จากรูปแบบการตลาดบริการ ได้แก่ The services marketing system (Lovelock, 1996, pp. 52-54) และ The Services marketing triangle (Kolter, 1994, pp.469-470; Zeithaml & Bither, 2000, pp. 15-17) และรูปแบบการตัดสินใจในการให้สินเชื่อ (เอกสารการบริหารสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย, 2549) ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการวิจัยมาประยุกต์และพัฒนาเป็นรูปแบบโอกาสทางการตลาดสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ดังนี้



ภาพ 1 รูปแบบระบบการตลาดการให้บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

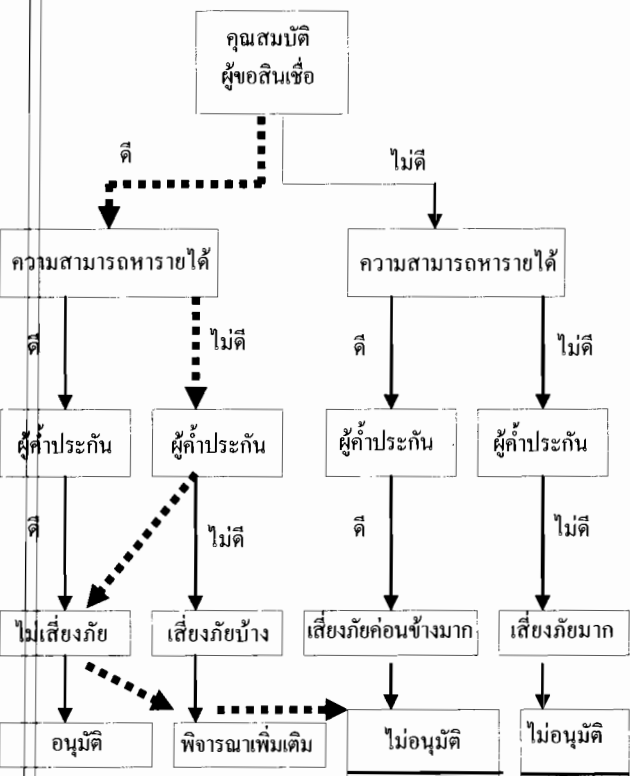
จากรูปแบบข้างต้น สรุปได้ว่า รูปแบบระบบการตลาดการให้บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาขึ้นอยู่กับ การตลาดภายใน (internal marketing) ธนาคารพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ (product manager) ต้องมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานในสาขาต่างๆ เพื่อสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้ขอสินเชื่อได้ถูกต้อง และมีความชัดเจน มีการกระตุ้นโดยตั้งเป้าหมาย ยอดสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาแก่สาขาต่างๆ โดยเฉพาะสาขาที่อยู่ใกล้สถาบันอุดมศึกษา ส่วนตลาดภายนอก (external marketing) นั้น ธนาคารพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ (product manager) ต้องดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจัดเตรียมส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงการให้ข้อมูลผ่านสถาบันการศึกษา และประสานงานกับสถาบันการศึกษาทางด้านการเอกสารการขอสินเชื่อ และการชำระค่าใช้จ่ายในการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารทางการตลาดมีความครอบคลุม และผู้เข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทราบข้อมูลการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาอย่างทั่วถึง นอกจากนี้การตลาดปฏิสัมพันธ์ (interactive marketing) ซึ่งถือว่ามีค่าสำคัญมากที่สุด ในความรู้สึกของผู้ขอสินเชื่อ ได้แก่ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในธนาคาร การให้บริการของพนักงาน ระบบการบริการ รวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กรล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

เมื่อพิจารณา ด้านระบบการตลาดการให้บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเป็นระบบย่อย 3 ระบบ คือ ระบบปฏิบัติการบริการ (service operation system) พบว่า องค์ประกอบหลักทางเทคนิค (technical core) ส่วนที่อยู่หลังเวที (back stage) ของระบบการตลาดการให้บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา คือ ระบบการอนุมัติสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งจะได้อธิบายรายละเอียดต่อไป สำหรับส่วน เจ้าหน้าที่ธนาคาร (service people) เป็นส่วนที่ผู้ขอสินเชื่อ มองเห็นได้ (front stage) จากผลการวิจัย สามารถเรียงลำดับตามน้ำหนักของระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาดังนี้ ลำดับที่ 1. การบริการบริการด้วยความสุภาพและมีอัธยาศัยดี ลำดับที่ 2. การยิ้มแย้ม กล่าวต้อนรับและกล่าวคำอำลา ลำดับที่ 3. ความรวดเร็วในการให้บริการ ลำดับที่ 4. การแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย

ลำดับที่ 5. ความโปร่งใสในการให้บริการ ลำดับที่ 6. การให้บริการด้วยความเต็มใจ ลำดับที่ 7. ความเสมอภาคในการให้บริการ และลำดับที่ 8. ความสามารถให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหา ส่วน สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์สนับสนุนการให้บริการ (service facilities and equipment) จากผลการวิจัย สามารถเรียงลำดับตามน้ำหนักของระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมภายในของธนาคาร ลำดับที่ 1. ความสะอาดและสุขอนามัยของห้องน้ำ ลำดับที่ 2. ความปลอดภัยในทรัพย์สิน ลำดับที่ 3. สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ ลำดับที่ 4. การถ่ายเทของอากาศ แสงสว่าง ลำดับที่ 5. ความชัดเจนของป้ายประกาศ ลำดับที่ 6. การจัดสำนักงานมีความคล่องตัวในการติดต่อ และลำดับที่ 7. เครื่องแบบพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกของธนาคาร ลำดับที่ 1. ความสะดวกในการเดินทางมาติดต่อธนาคาร ลำดับที่ 2. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ ลำดับที่ 3. ความทันสมัยและความมั่นคงของอาคาร ลำดับที่ 4. ความสะอาด/ร่มรื่น ลำดับที่ 5. ความชัดเจนของป้ายประชาสัมพันธ์ภายนอกธนาคาร และลำดับที่ 6. ความสะดวกด้านทำเลที่ตั้งของธนาคาร ด้านระบบการบริการ ลำดับที่ 1. ความรวดเร็วของระยะเวลาการอนุมัติสินเชื่อ ลำดับที่ 2. ธนาคารมีระบบการจัดเก็บเอกสาร และรักษาข้อมูลของลูกค้า ลำดับที่ 3. ความสะดวก รวดเร็ว ในขั้นตอนการขอสินเชื่อ ลำดับที่ 4. ความถูกต้อง และทันสมัยของระบบการให้บริการและสัญญาที่เป็นธรรม ลำดับที่ 5. การให้บริการที่มีความชัดเจน ลำดับที่ 6. การให้บริการด้วยบัตรคิว ลำดับที่ 7. ความพอเพียงของจำนวนพนักงานให้บริการ และ ลำดับที่ 8. จำนวนช่อง/โต๊ะที่ให้บริการจำนวนช่อง/โต๊ะที่ให้บริการ ระบบการส่งมอบบริการ (service delivery system) ธนาคารพาณิชย์ ควรจัด Boot ให้บริการข้อมูลสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา และให้คำปรึกษาแนะนำ รวมถึงเปิดสมัครสินเชื่อเพื่อการศึกษา โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ในช่วงเปิดภาคการศึกษา ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ที่มีความประสงค์ขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา ส่วนการติดต่อสื่อสาร (other contact points) จากผลการวิจัยสามารถเรียงลำดับตามน้ำหนักของระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาดังนี้

ลำดับที่ 1. ธนาคารประสานงานกับสถาบันการศึกษาเพื่อ
โอนเงินค่าเล่าเรียน ลำดับที่ 2. ธนาคารประสานงานกับ
สถาบันการศึกษาเพื่อให้ข้อมูลสินเชื่อ ลำดับที่ 3. ธนาคาร
ประสานงานกับสถาบันการศึกษาเพื่อดำเนินการด้านเอกสาร
ลำดับที่ 4. ธนาคารมีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ ลำดับ
ที่ 5. ธนาคารมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และลำดับที่ 6.
ธนาคารมีการโฆษณาผ่านวิทยุกระจายเสียง

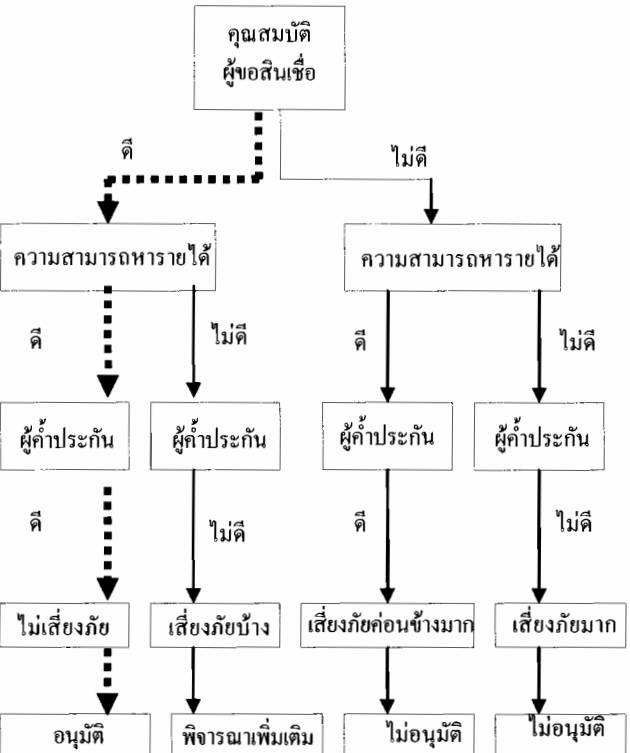
ด้านระบบการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ จากผลการวิจัย
พบว่า ความพร้อมของคุณสมบัติ ส่วนใหญ่มีความพร้อม
ยกเว้นความพร้อมด้านความสามารถหารายได้ ในส่วนที่
เกี่ยวกับรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้น ส่วนใหญ่ไม่มี
ความพร้อม ส่วนคุณสมบัติของผู้ค้ำประกัน พบว่าส่วนใหญ่
มีความพร้อม ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากระบบการอนุมัติวงเงิน
สินเชื่อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ปรากฏตามเส้นประ ดังนี้



ภาพ 2 รูปแบบระบบการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ จากผลการวิจัย

จากรูปแบบข้างต้น ข้อค้นพบจากการวิจัย สรุปว่า
ผู้ขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ส่วนใหญ่ผ่าน
เกณฑ์คุณสมบัติผู้ขอสินเชื่อ ยกเว้นความสามารถด้านการ
หารายได้ ส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท
สอดคล้องกับผลวิจัย ด้านระดับของอุปสรรค ด้านคุณสมบัติ

ของผู้สมัคร ส่วนใหญ่มีอุปสรรคด้านรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า
15,000 บาท และสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร
ธนาคารพาณิชย์ ที่กล่าวว่า ปัญหาและอุปสรรคในการบริการ
สินเชื่อเพื่อการศึกษา ส่วนใหญ่เกิดจากผู้กู้มีภาระหนี้ค่อนข้าง
มาก ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงจำเป็นต้องพิจารณา โดยขอ
เอกสารเพิ่มเติม ส่วนสรุปผลการวิจัยด้านข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา
และอุปสรรคในการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษา พบว่าด้าน
เอกสารประกอบของผู้สมัคร มีระดับปัญหาสูงสุด ทำให้การใช้
เวลาอนุมัติวงเงินสินเชื่อเพื่อศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
ใช้เวลานาน และผู้ขอสินเชื่อบางส่วนขอยกเลิกการขอสินเชื่อ
หรือไม่ดำเนินการส่งเอกสารเพิ่มเติมให้แก่ธนาคารพาณิชย์
ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ขอสินเชื่อเพื่อศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งผู้ตอบแบบ
สอบถามให้ความสำคัญด้านความรวดเร็วของระยะเวลาการ
อนุมัติสินเชื่อเป็นอันดับ 1 จากผลการวิจัยข้างต้น หากธนาคาร
พาณิชย์ มีการผ่อนปรนความสามารถหารายได้ โดยกำหนด
รายได้ต่อเดือนของผู้ขอสินเชื่อเพื่อศึกษาระดับบัณฑิต
ศึกษาค่ากว่า 15,000 บาท จะทำให้ผู้ขอสินเชื่อส่วนใหญ่มี
ความพร้อม ซึ่งจะทำให้โอกาสทางการตลาดสินเชื่อเพื่อ
การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามีเพิ่มขึ้น ตามรูปแบบใหม่ ดังนี้



ภาพ 3 รูปแบบระบบการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ จากการ
ปรับลดความสามารถหารายได้

ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดสินเชื่อเพื่อการศึกษา ธนาคารพาณิชย์ควรผ่อนปรนคุณสมบัติด้านรายได้ของผู้ขอสินเชื่อ ทั้งนี้ เนื่องจากการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ถือเป็นการลงทุนทำให้ศักยภาพของผู้ขอสินเชื่อหลังจากจบการศึกษาสูงขึ้น ซึ่งจะสร้างความเสี่ยงในการให้สินเชื่อของธนาคารลดลง นอกจากนี้ ธนาคารพาณิชย์ควรประสานงานกับองค์กรทั้งภาคเอกชน ภาครัฐวิสาหกิจและภาครัฐราชการ เพื่อให้สินเชื่อเพื่อการศึกษาแก่องค์กรต่างๆ โดยการลดเงื่อนไขสินเชื่อด้านเกณฑ์ด้านรายได้ของผู้ขอสินเชื่อ และเพิ่มเงื่อนไขให้หน่วยงานมีหน้าที่ตัดเงินเดือนของผู้ขอสินเชื่อ นำส่งแก่ธนาคาร เช่น การตัด ATS. (automatic transfer system) เป็นรายการที่ 2 ต่อจากรายการเข้าบัญชีเงินเดือนพนักงาน ซึ่งจะสร้างความเสี่ยงในการปล่อยสินเชื่อของธนาคารลดลง

2. ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ธนาคารพาณิชย์ ควรจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ข้อมูลสินเชื่อเพื่อการศึกษาแก่นักศึกษาที่ประสงค์จะศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา และประสานงานเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนอำนวยความสะดวกในการสมัครสินเชื่อแก่นักศึกษาที่มีความประสงค์เข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา

3. เพื่อป้องกันความเสี่ยงในการกู้เงินผิดวัตถุประสงค์ ธนาคารพาณิชย์ ควรประสานงานกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อโอนเงินกู้ชำระค่าเล่าเรียนของนักศึกษาโดยตรง และให้ผู้กู้แสดงเอกสารการชำระเงินค่าเล่าเรียนแก่ธนาคาร เพื่อเป็นการยืนยันค่าใช้จ่าย

4. ภาครัฐ อาจกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ ปล่อยวงเงินสินเชื่อเพื่อการศึกษา ในเขตตามที่กำหนดเช่นเดียวกับการปล่อยสินเชื่อภาคการเกษตร ทั้งนี้เนื่องจากรัฐจำเป็นต้องสร้างความเสมอภาคในโอกาสของการศึกษา อันสืบเนื่องจากความแตกต่างในฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชน และเพื่อกระตุ้นให้ธนาคารพาณิชย์มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัย เรื่อง โอกาสสินเชื่อเพื่อการศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา เป็นงานวิจัย เชิงบุกเบิก นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัย สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาคสมทบ ที่ทำงานแล้ว กำลังศึกษาอยู่ปีการศึกษาสุดท้าย และมีความประสงค์สมัครสินเชื่อ เพื่อศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา เพราะเหตุที่เป็นกลุ่มที่มีความต้องการขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาอย่างชัดเจน งานวิจัยนี้ จึงมีข้อจำกัดทั้งด้านประชากรที่ศึกษา และวรรณกรรมที่ใช้อ้างอิงน้อย ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะ แก่ผู้ทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ประการแรก เนื่องจากการวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงบุกเบิก ผลการวิจัย จึงไม่สามารถเทียบเคียงกับงานวิจัยที่มีมาในอดีตได้ ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรนำรูปแบบระบบการตลาดการให้บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาไปวิจัยซ้ำเพื่อหาความเที่ยงตรงของระบบ

ประการที่สอง สมมติฐานของงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นในการอธิบายคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับปัจจัยด้านการตลาด และปัญหาอุปสรรคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ผู้วิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัย มุ่งเน้นอธิบายคุณลักษณะของสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ว่ามีผลต่อโอกาสทางการตลาดการให้บริการสินเชื่อเพื่อการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาอย่างไร

ประการสุดท้าย ประชากรที่ศึกษาคือ นักศึกษาปริญญาตรีภาคสมทบ ซึ่งทำงานแล้วอาจมีคุณลักษณะที่แตกต่างกับผู้บริโภคโดยทั่วไป ผู้ทำการวิจัยควรทำการวิจัยประชากรในกลุ่มอื่นๆ เพื่อเทียบเคียงความเหมือน หรือความต่างกับนักศึกษาปริญญาตรีภาคสมทบ



เอกสารอ้างอิง

- กองบริการการศึกษา สำนักงานปลัด ทบวงมหาวิทยาลัย. (2544). *แนะแนวศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ทบวงมหาวิทยาลัย.
- เพ็ญศรี วายวานนท์ และคณะ. (2521). *สินเชื่อเพื่อการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2517). ธนาคารพาณิชย์: ปลิงดูดเลือดสังคมไทย. *สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 12 (6).
- Adams, D. & Bjork, R. M. (1971). *Education in developing areas*. Bangkok: National Education Council.
- Asian Development Bank (2001). *Key indicators 2001*. Manila: A.D.B. Press.
- Buchanan, J. M. (1960). *The Public Finance*. New York: The Free Press.
- Lovelock, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the moments of truth in service competition*. Lexington, Ma.: Lexington Books.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, implementation, and control (8th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2000). *Services Marketing: Integrating customer focus across the firm (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.

