

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ หนึ่งเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และสองเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ การเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยออกแบบสอบถามกับลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 3 สาขา คือ สาขาเชียงใหม่ สาขานนทบุรี-เชียงใหม่ สาขาย่อยที่อโศกโรบินสัน จำนวน 200 ราย โดยมีข้อสรุป ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับลักษณะและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลภาพรวมจะเห็นว่า ลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดย เพศ ของลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) สรุปได้ว่าลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล สามารถจำแนกเป็น เพศชาย จำนวน 131 คน และเป็นเพศหญิง 69 คน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่มักเป็นเพศชาย โดยใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000– 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในส่วนของ อายุ ของลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) สรุปได้ว่าลูกค้ายุทธศาสตร์เอเซีย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง

31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 220,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วน สถานะภาพการสมรส ของลูกค้ำกับวงเงินที่กู้ยืม ลูกค้ำส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ระดับการศึกษา ของลูกค้ำกับวงเงินที่กู้ยืม ลูกค้ำส่วนใหญ่มีระดับการ ศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดย อาชีพ ของลูกค้ำกับวงเงินที่กู้ยืมส่วนใหญ่มีอาชีพ เป็นพนักงาน หรือลูกจ้างบริษัทคิดเป็นร้อยละ 41.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ำกับวงเงินที่กู้ยืมส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 36.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยวงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้ำ กับวงเงินที่ธนาคารให้ กู้ยืม สรุปได้ว่าลูกค้ำส่วนใหญ่ เป็นวงเงินที่ลูกค้ำยื่นกู้ ที่มีจำนวนน้อยกว่า 300,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 56.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้รับจากธนาคารของลูกค้ำ ส่วนใหญ่ มีความต้องการอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้รับจากธนาคารระหว่างร้อยละ 15.00 – 17.75 ประมาณร้อย ละ 77.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้ำ ส่วนใหญ่มีความ ต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน ระหว่าง 36 – 48 เดือน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ของกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด ประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารของลูกค้ำ ส่วนใหญ่ มีประวัติการ ใช้ บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารในลักษณะของการมีบัญชีเงินฝากกับธนาคาร คิดเป็น ร้อยละ 86.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด ลูกค้ำส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลคิดเป็นร้อยละ 80.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดโดย ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร สรุปได้ว่าลูกค้ำส่วนใหญ่เห็นว่า ความน่าเชื่อถือและ ชื่อเสียงของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 64.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เจื่อนใจใน การยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อธนาคาร ลูกค้ำส่วนใหญ่เห็นว่าเจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อธนาคารมีผล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 75.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม ลูกค้ำส่วนใหญ่เห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 89.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่ การออกให้บริการนอก สถานที่ ส่วนใหญ่ลูกค้ำเห็นว่า การออกให้บริการนอกสถานที่ของธนาคารไม่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 68.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด การที่ธนาคารมีหลายสาขาทำให้เกิด ความสะดวกในการชำระเงินกู้ ส่วนใหญ่ลูกค้ำเห็นว่า การที่ธนาคารมีหลายสาขาทำให้เกิดความ สะดวกในการชำระเงินกู้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 60.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นอกจากนี้ การให้บริการของพนักงานธนาคาร สรุปได้ว่าลูกค้ำส่วน

ใหญ่ เห็นว่าการให้บริการของพนักงานธนาคารฯ มีผลต่อการตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 65.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

### 5.1.2 สรุปผลการทดสอบไคสแควร์กับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test :  $\chi^2$ ) กับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ กับวงเงินที่กู้ยืมได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผล ต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ทั้งหมดรวม 11 ปัจจัย ประกอบด้วย อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้รับจากธนาคาร วงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้า ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้า ประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร เงื่อนไขในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อธนาคาร การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม และการให้บริการของพนักงานธนาคาร สำหรับปัจจัยที่ **ไม่มีผล** ต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล มีทั้งหมดรวม 6 ปัจจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพการสมรส ระดับการศึกษา การออกให้บริการนอกสถานที่ และการที่ธนาคารมีหลายสาขาทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้

### 5.1.3 สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าที่ได้มีการกำหนดไว้รวม 6 ปัจจัย ปรากฏผล กล่าวคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า **มาก** คือ **ปัจจัยด้านราคา** ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การกำหนดอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมที่เหมาะสม มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล และ **ปัจจัยด้านบุคลากร** ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่บุคลากรของธนาคารมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า **ปาน**

กลาง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่ธนาคารไม่ต้องใช้หลักประกัน ในการกู้ยืม มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่ธนาคารมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ตลอดจนถึง ปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล สุดท้ายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล น้อย คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าที่บริษัทจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคารมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในแต่ละวัตถุประสงค์ดังนี้

### 5.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

#### 1) เพศของลูกค้ากับวงเงินให้กู้ยืม

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงธนาคาร ฯ จึงควรจะมีการส่งเสริมการขายและขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเพศหญิงให้มากขึ้น เนื่องจาก ในปัจจุบันเพศหญิงมีบทบาทหน้าที่ในสังคมเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นความต้องการใช้เงินเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการของตัวเองจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เช่น เพื่อนำเงินไปซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

#### 2) รายได้ของลูกค้ากับวงเงินให้กู้ยืม

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่เป็นพนักงานบริษัทที่มีเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จึงไม่ผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้น และหันไปใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินประเภท NON-Bank แทน จึงทำให้ธนาคารเสียส่วนแบ่งทางการตลาดของลูกค้ากลุ่มนี้ไป ดังนั้นธนาคารควรมีช่วงเวลาพิเศษส่งเสริมการตลาดด้วยการปรับลดเงื่อนไขหลักเกณฑ์ของรายได้ต่อเดือนของผู้ขอกู้ลงในระดับที่เหมาะสม เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อของธนาคารให้กว้างออกไป อันจะนำไปสู่การ CROSS-SALE ในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคารต่อไปในอนาคต

3) อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากธนาคารฯของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกับวงเงินที่ธนาคารฯ ให้กู้ยืม

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สินเชื่อส่วนบุคคลที่ได้รับจากทางธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ค่อนข้างสูงกว่าธนาคารคู่แข่งอื่น โดยอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 28 พฤศจิกายน 2548 ( เป็นสุดท้ายของวันทำการ ในชื่อ ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ก่อนควบรวมกิจการ โดยใช้ชื่อธนาคารใหม่ว่า ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)  $MRR + 7.75 = 15.50\%$  ต่อปี ในขณะที่ ธนาคารคู่แข่งอื่น มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า กล่าวคือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เท่ากับ  $14.25\%$  ต่อปี ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เท่ากับ  $14.00\%$  ต่อปี ซึ่งธนาคารสามารถลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ส่วนบุคคลนี้ได้โดยไม่จำเป็นต้องกระทบต่อการก่อให้เกิดรายได้สุทธิ เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ธนาคารจ่ายออกไปให้ลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันธนาคารได้จ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ค่อนข้างต่ำกว่านี้ได้ประกาศไว้อยู่แล้ว ดังนั้นจึงสมควรกำหนดอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำลงเพื่อเอื้อให้เกิดประโยชน์ต่อการแข่งขัน

4) เงื่อนไขในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อธนาคารที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจเลือกในการใช้สินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการสำรวจ พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงต้องการให้ธนาคารจัดรายละเอียดของเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการยื่นเรื่องขอกู้ยืม เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ เช่น การจัดทำรายละเอียดที่สำคัญในการ Check List ให้ลูกค้า ซึ่งธนาคาร ควรมีจัดเตรียมเอกสารให้พร้อมเพื่อให้ลูกค้าจัดเตรียมมาก่อนจะทำเรื่องยื่นขอกู้ยืม เพื่อที่เจ้าหน้าที่ธนาคารจะได้สะดวกในตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของรายละเอียดเอกสาร ซึ่งส่งผลกระทบต่อคำแนะนำของอนุมัติ การวางกรอบเวลาของการอนุมัติวงเงิน เพื่อให้มีระยะเวลาของการดำเนินการที่แน่นอน ชัดเจน

5) การที่ธนาคารมีหลายสาขา ทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้ กับพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการที่ธนาคารมีหลายสาขาและมีหลายช่องทางในการรับชำระเงินกู้ นั้น จะทำให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้าในการชำระเงิน และยังเป็นการเพิ่มแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับทางธนาคารมากขึ้น ดังนั้น ธนาคารควรมีการพัฒนา ปรับปรุงช่องทางการให้บริการที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น เช่น

ลูกค้าสามารถชำระเงินกู้ผ่านทาง Internet ผ่านทาง Mobile Banking ผ่านทางตู้ ATM. หรือ Counter Service เป็นต้น

6) การให้บริการของพนักงาน กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคาร ฯ เนื่องจากประทับใจการให้บริการของพนักงาน สูงกว่าร้อยละ 50 ดังนั้น ธนาคารควรจะต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีทักษะ มีความรู้ที่จะแนะนำลูกค้าได้ เช่น การจัดอบรมการให้บริการอย่างมีคุณค่าเพิ่มทำอย่างไร การจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เป็นต้น

### 5.2.2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคาและปัจจัยด้านบุคลากรมาก ดังนั้นทางธนาคาร สามารถใช้จุดแข็งในปัจจัยเหล่านี้มาส่งเสริมการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลได้ ซึ่งสามารถสรุปผลออกมาเป็นปัจจัยแต่ละด้านได้ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์นั้นในการกำหนดคุณสมบัติผู้กู้ นั้น เจ้าหน้าที่ของธนาคารควรมีการอธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้กู้ให้กับลูกค้านับทราบก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจกู้ และควรจะมีการมีความยืดหยุ่นในบางคุณสมบัติของผู้กู้ โดยพิจารณาเป็นราย ๆ ไป เช่น ในกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง มีความสามารถในการผ่อนชำระ (เมื่อนำรายได้ที่ได้รับสุทธิ หัก รายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง) มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับชั้นผู้บริหารองค์กร คุณสมบัติดังกล่าวเหล่านี้ ทางธนาคารอาจจะเอกสารเพียงแค่บัตรประชาชน และทะเบียนบ้าน เป็นต้น ในส่วนของด้านขั้นตอนการดำเนินการขอกู้เงินจนกระทั่งอนุมัติวงเงิน ควรแจ้งให้ลูกค้านับถึงขั้นตอนการดำเนินการของการอนุมัติอย่างสม่ำเสมอ และควรกำหนดขั้นตอนในการอนุมัติให้มีมาตรฐาน เอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาควรใช้เท่าที่จำเป็น และควรลดขั้นตอนการขอกู้ลง ให้กระชับ อันจะส่งผลต่อระยะเวลาในการอนุมัติวงเงินที่สั้นตามไปด้วย

2) ข้อเสนอแนะด้านราคา สำหรับความพึงพอใจในด้านราคานั้น ธนาคารควรที่จะปรับลดอัตราดอกเบี้ยให้กับลูกค้าบางรายที่มีประวัติการผ่อนชำระดี สม่ำเสมอ ตรงเวลา ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยให้เลือกหลากหลาย และควรมีการกำหนดในเรื่องอัตราดอกเบี้ยพิเศษให้ลูกค้าเป็นราย ๆ ไป ซึ่งในส่วนของการค่าธรรมเนียมของการอนุมัติวงเงิน

กู้ยืมนั้น ธนาคารควรจะมีการอธิบายชี้แจงรายละเอียดในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เมื่อได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลให้ลูกค้าทราบอย่างละเอียด ก่อนที่จะยื่นเรื่องขอกู้ยืม

3) ข้อเสนอแนะด้านส่งเสริมการตลาด สำหรับความพึงพอใจในด้านส่งเสริมการตลาดของธนาคารนั้น ควรมีการจัด Promotion ในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม โดยการลดอัตราดอกเบี้ยในระยะแรก ประมาณช่วง 2-3 เดือนแรกของการผ่อนชำระคืนเมื่อได้รับการอนุมัติวงเงิน แจกของสมนาคุณ ควรลดอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการลงบ้าง ควรลดเงื่อนไขหรือเอกสารในการยื่นขอวงเงินลงบ้าง เช่น อาจใช้ Statement โดยไม่ต้องใช้หนังสือรับรองเงินเดือน ตลอดจนชี้แจงรายละเอียดที่เข้าใจง่ายในใบแจ้งหนี้ เป็นต้น

4) ข้อเสนอแนะด้านบุคลากร สำหรับความพึงพอใจด้านบุคลากรนั้น การพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความพอใจในการให้บริการของพนักงาน การให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน ธนาคารควรจะมีการจัดอบรม พัฒนาทักษะการทำงาน การให้บริการ และรักษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารแก่พนักงานเป็นระยะ ซึ่งในปัจจุบันนี้หากธนาคารทำให้ได้ต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล จะส่งผลดีต่อการประกอบธุรกรรมทางด้านต่าง ๆ ของธนาคารอีกด้วย

### 5.3 ข้อบกพร่องในการศึกษา

การศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ปรากฏว่ายังมีข้อบกพร่องและข้อจำกัดบางประการที่จะนำเสนอเพื่อใช้เป็นแนวในการปรับปรุงการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคลต่อไปในอนาคต ดังนี้

การศึกษาในลักษณะที่ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่ทำงานต่าง ๆ พบว่าจำเป็นต้องมีระยะเวลาพอสมควรเพื่อจะได้สังเกตและสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าโดยตรง อย่างละเอียด ซึ่งจะส่งผลให้ผลการศึกษาได้ผลลัพธ์ออกมามีความชัดเจน ถูกต้องมากขึ้น แต่เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ของผู้วิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนใหญ่จะให้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง ซึ่งบางครั้ง บางคำถาม ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างอาจคลุมเครือ ไม่เข้าใจคำถามหรือตัวเลือกในหัวข้อนั้น ๆ จึงทำให้ได้ผลการศึกษาออกมาไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

การศึกษาครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เพราะจำนวนกลุ่มตัวอย่างของสินเชื่อส่วนบุคคลยังมีไม่มาก และเป็นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาติดต่อกับธนาคารตามปกติ แต่เนื่องจากยังมีลูกค้าบางส่วนมีการย้ายภูมิลำเนา ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น

นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งนี้พบปัญหาว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ค่อยมีปัญหาในการค้างชำระหนี้ คือมีการติดต่อผ่อนชำระกับทางธนาคารทุกเดือน สม่ำเสมอ แต่ปัจจุบันปัญหาที่พบคือมีลูกค้าบางส่วนที่จัดว่าอยู่ในกลุ่มหนี้ที่มีปัญหา ขาดการติดต่อผ่อนชำระหนี้ ดังนั้นปัจจัย และความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลนั้นอาจไม่ครอบคลุมถึงลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัญหาหนี้ค้างชำระเหล่านี้ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรปรับเปลี่ยนวิธีการจัดเก็บข้อมูล โดยการเพิ่มการตั้งเป้าหมายการจัดเก็บข้อมูลออกไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกหนี้ที่มีปัญหาการค้างชำระกับทางธนาคารด้วย ซึ่งอาจจะส่งผลทำให้การวิจัยในเรื่องของปัจจัย และความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าครอบคลุมมากขึ้นใช้