

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษารูปผลในแต่ละส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มประชากรศึกษา 300 ราย เป็นหญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี รองลงคือกลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีสถานภาพโสด รองลงมาคือกลุ่มที่สมรสแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาค่ากว่าระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับปริญญาตรี ด้านอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือเจ้าของกิจการ และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,000 - 10,000 บาท รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สินเชื่อบุคคล เพื่อไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการที่ต้องการ โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลออนไลน์ วงเงินสินเชื่อบุคคลรวมที่ได้รับ คือ 10,001 - 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าบัตรเครดิตกับสินเชื่อบุคคลต่างกัน ด้วยเหตุผลว่าบัตรเครดิตใช้ได้เลย แต่สินเชื่อบุคคลต้องขออนุมัติวงเงินที่จะใช้ในแต่ละครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์เพราะการได้รับเงินสด บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคล คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเอง ส่วนใหญ่ต้องการใช้สินเชื่อบุคคลเนื่องจากอยากได้สินค้าแต่ไม่มีเงินสด ความถี่ในการใช้สินเชื่อบุคคลมากกว่า 5 เดือนต่อครั้งขึ้นไป วิธีการเลือกการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลโดยการสมัครด้วยตัวเอง โดยแหล่งข้อมูลที่ค้นหาสินเชื่อบุคคล ได้แก่ จากแผ่นพับ/โบรชัวร์ ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลมากที่สุด คือ รายละเอียดคดอกเบี้ย โดยก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิกสินเชื่อบุคคลได้ทำการปรึกษาโดยการถามเพื่อนที่เคยเป็นสมาชิกอยู่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการสินเชื่อบุคคล ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด ระดับราคา 10,001 - 15,000 บาท วงเงินสินเชื่อบุคคลที่ใช้ต่อเดือน (รวมสินค้าทุกชิ้นที่ซื้อด้วยสินเชื่อบุคคล) ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท วงเงินผ่อนชำระโดยใช้สินเชื่อบุคคลต่อเดือน (รวมยอดผ่อนต่อเดือนของสินค้าทุกชิ้น) อยู่ที่ระดับ 1,001 - 2,000

บาท ส่วนใหญ่สถานที่ที่ใช้สินเชื่อบุคคล คือ ห้างสรรพสินค้า (เซ็นทรัล โรบินสัน) เหตุผลที่เลือกสถานที่ที่ใช้สินเชื่อบุคคลดังกล่าว คือ เป็นศูนย์รวมสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้สึกพอใจหลังจากใช้บริการสินเชื่อบุคคล เนื่องจากสะดวก ส่วนเหตุผลที่ไม่พอใจเนื่องจากดอกเบี้ยสูง ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การส่งใบแจ้งยอดในการชำระล่าช้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามเพศ

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงต่างก็ใช้สินเชื่อบุคคลเพื่อไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการที่ต้องการ และส่วนใหญ่ต่างก็เป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลออนไลน์ วงเงินรวมของสินเชื่อบุคคลที่ทั้งสองกลุ่มได้รับจะอยู่ในระดับ 10,001 - 15,000 บาท และมีความเห็นเหมือนกันว่าบัตรเครดิตกับสินเชื่อบุคคลมีความหมายแตกต่างกันนั้น คือ บัตรเครดิตใช้ได้เลย แต่สินเชื่อบุคคลต้องขออนุมัติวงเงินที่จะใช้ในแต่ละครั้ง ผู้ตอบทั้งสองกลุ่มต่างก็มีความเห็นเหมือนกันว่าเหตุผลที่เลือกใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ คือ การได้รับเงินสด บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครใช้บริการสินเชื่อบุคคล คือ การตัดสินใจเอง ด้านความต้องการใช้สินเชื่อบุคคล ผู้ตอบทั้งสองกลุ่มอยากได้สินค้าแต่ไม่มีเงินสด ส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้สินเชื่อบุคคลมากกว่า 5 เดือนต่อครั้งขึ้นไป วิธีการเลือกการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลส่วนใหญ่สมัครด้วยตัวเอง แหล่งข้อมูลที่ทั้งสองกลุ่มค้นหาสินเชื่อบุคคลส่วนใหญ่ คือ ได้จากแฟนเพจ/โบรชัวร์ ข้อมูลที่ต้องการทราบและค้นหามากที่สุด คือ รายละเอียดดอกเบี้ย แหล่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการสินเชื่อบุคคล พบว่าผู้ตอบที่เป็นชาย ก่อนการตัดสินใจเป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลได้ทำการปรึกษาโดยสอบถามรายละเอียดจากพนักงานขาย ส่วนผู้ตอบที่เป็นหญิง ก่อนการตัดสินใจเป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลได้ทำการปรึกษาโดยถามเพื่อนที่เคยเป็นสมาชิกอยู่ ผู้ตอบทั้งสองกลุ่มได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการสินเชื่อบุคคล ส่วนใหญ่ใช้สินเชื่อบุคคลในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด สำหรับผู้ตอบที่เป็นชายระดับราคาที่ซื้อมากที่สุด คือ 10,001 - 15,000 บาท ผู้ตอบที่เป็นหญิงระดับราคาที่ซื้อมากที่สุด ได้แก่ 5,001 - 10,000 บาท ทั้งสองกลุ่มวงเงินสินเชื่อบุคคลที่ใช้ต่อเดือน คือ ต่ำกว่าระดับ 5,000 บาท และวงเงินผ่อนชำระจากการใช้สินเชื่อบุคคลต่อเดือน อยู่ที่ระดับ 1,001 - 2,000 บาท พบว่าผู้ตอบทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่สถานที่ที่ใช้สินเชื่อบุคคลซื้อสินค้า คือ ห้างสรรพสินค้า (เซ็นทรัล โรบินสัน) ด้วยเหตุผล คือ เป็นศูนย์รวมสินค้า และต่างก็รู้สึกพอใจ หลังจากได้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล เนื่องจากได้รับความสะดวก ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมากที่สุด คือ การส่งใบแจ้งยอดในการชำระล่าช้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามรายได้

ผลจากการศึกษาได้พบว่าประชากรศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 10,000 บาท เหตุผลที่ใช้สินเชื่อบุคคลก็คือ เพื่อไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการที่ต้องการ และส่วนใหญ่ต่างก็เป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลออนไลน์ วงเงินสินเชื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ได้รับจะอยู่ในระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนผู้มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท วงเงินสินเชื่อบุคคลที่ได้รับจะอยู่ในระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ทั้งสองกลุ่มมีความเห็นเหมือนกันว่าบัตรเครดิตกับสินเชื่อบุคคลมีความหมายแตกต่างกันนั้น คือ บัตรเครดิตใช้ได้เลย แต่สินเชื่อบุคคลต้องขออนุมัติวงเงินที่จะใช้ในแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มต่างก็มีความเห็นเหมือนกันว่าเหตุผลที่เลือกใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพราะการได้รับเงินสด และต่างก็มีความเห็นตรงกันว่าบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจสมัครใช้บริการสินเชื่อบุคคล คือ ตัดสินใจเอง ทั้งสองกลุ่ม ส่วนใหญ่ต้องการใช้สินเชื่อบุคคลเพราะเนื่องจากอยากได้สินค้าแต่ไม่มีเงินสด โดยส่วนใหญ่ทั้งสองกลุ่มมีความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มากกว่า 5 เดือนต่อครั้งขึ้นไป วิธีการเลือกการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลโดยการสมัครด้วยตัวเอง แหล่งข้อมูลที่ทั้งสองกลุ่มค้นหาสินเชื่อบุคคลส่วนใหญ่ คือ ได้จากแผ่นพับ/โบรชัวร์ ข้อมูลที่ต้องการทราบและค้นหามากที่สุด คือ รายละเอียดดอกเบี้ย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ก่อนตัดสินใจเป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคล ได้ทำการปรึกษาโดยการสอบถามเพื่อนที่เคยเป็นสมาชิกอยู่ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ก่อนตัดสินใจเป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคล ได้ทำการปรึกษาโดยการถามรายละเอียดจากพนักงานขาย ทั้งสองกลุ่มต่างก็เห็นว่าการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครสินเชื่อบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ใช้สินเชื่อบุคคลซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด โดยส่วนใหญ่สินค้าที่ซื้ออยู่ในระดับราคา 10,001 - 15,000 บาท วงเงินสินเชื่อบุคคลที่ใช้ต่อเดือน ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท วงเงินผ่อนชำระสินเชื่อบุคคลต่อเดือน อยู่ในระดับ 1,001 - 2,000 บาท และสถานที่ที่ใช้สินเชื่อบุคคลซื้อสินค้า คือ ห้างสรรพสินค้า (เช่น ทรูโรบินสัน) โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้าดังกล่าวเพราะเป็นศูนย์รวมสินค้าและพบว่าต่างก็รู้สึกพอใจหลังจากใช้บริการสินเชื่อบุคคล เนื่องจากได้รับความสะดวก สำหรับปัญหาที่ทั้งสองกลุ่มประสบจากการใช้สินเชื่อบุคคลคือ การส่งใบแจ้งยอดในการชำระล่าช้า

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร

พาณิชย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ศึกษาได้ดังนี้

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, Who?, When?, Where? และ How? คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มประชากรหญิงที่มีอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 155 ราย สถานภาพโสด การศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต

ผู้บริโภคซื้ออะไร

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล เพื่อไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการที่ต้องการ โดยสมัครเป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลออนไลน์ มากที่สุด และสาขาที่มีการใช้บริการมากที่สุด คือ เทสโก้ - โลตัส สาขากำแพง รongลงมาคือ สินเชื่อบุคคลอิซี่บาย สินเชื่อบุคคลเฟิร์สช้อยส์ และสินเชื่อบุคคลคิกแคชตามลำดับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่วงเงินสินเชื่อบุคคลรวมที่ได้รับ คือ 10,001 - 15,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าบัตรเครดิตกับสินเชื่อบุคคลต่างกัน ด้วยเหตุผลว่าบัตรเครดิตใช้ ได้เลย แต่สินเชื่อบุคคลต้องขออนุมัติวงเงินที่จะใช้ในแต่ละครั้ง

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้สินเชื่อบุคคล คือ การได้รับเงินสด

ใครมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่สมัครสินเชื่อบุคคล โดยตัดสินใจเอง

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะใช้สินเชื่อบุคคลเมื่ออยากได้สินค้าแต่ไม่มีเงินสด โดยความถี่ในการใช้สินเชื่อบุคคล มากกว่า 5 เดือนต่อครั้งขึ้นไป

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่วิธีการเลือกการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลโดยการสมัครด้วยตัวเอง โดยใช้หลักฐานเอกสารที่เกี่ยวกับตัวเอง เช่น สำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน สลิปเงินเดือน หรือหนังสือรับรองรายได้ประกอบการสมัคร

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ค้นหาสินเชื่อบุคคล ได้แก่ จาก แผ่นพับ/โบรชัวร์ ข้อมูลที่ค้นหาเพื่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลมากที่สุด คือ รายละเอียดดอกเบี้ย โดยก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิกสินเชื่อบุคคลได้ทำการปรึกษาโดยการถามเพื่อนที่เคยเป็นสมาชิกอยู่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการสินเชื่อบุคคล ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด ระดับราคา 10,001 - 15,000 บาท วงเงินสินเชื่อบุคคลที่ใช้ต่อเดือน (รวมสินค้าทุกชิ้นที่ซื้อด้วยสินเชื่อบุคคล) ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท วงเงินผ่อนชำระโดยใช้สินเชื่อบุคคลต่อเดือน (รวมยอดผ่อนต่อเดือนของสินค้าทุกชิ้น) อยู่ที่ระดับ 1,001 - 2,000 บาท ส่วนใหญ่สถานที่ที่ใช้สินเชื่อบุคคล คือ ห้างสรรพสินค้า (เซ็นทรัล โรบินสัน) เหตุผลที่เลือกสถานที่ที่ใช้สินเชื่อบุคคลดังกล่าว คือ เป็นศูนย์รวมสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกพอใจหลังจากใช้บริการสินเชื่อบุคคล เนื่องจากสะดวก ส่วนเหตุผลที่ไม่พอใจเนื่องจากดอกเบี้ยสูง ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การส่งใบแจ้งยอดในการชำระล่าช้า

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตกับสินเชื่อบุคคลว่าต่างกันตรงที่ บัตรเครดิตใช้ได้เลย แต่สินเชื่อบุคคลต้องขออนุมัติวงเงินในแต่ละครั้งที่จะใช้ ส่วนใหญ่ระดับราคาสินค้าที่ซื้อ จะอยู่ในระดับ 10,001 - 15,000 บาท ถึงแม้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะอยู่ที่ระดับ 4,000 - 10,000 บาท แต่เนื่องจากว่าเป็นการผ่อนชำระจึงสามารถเลือกผ่อนน้อย ๆ แต่ยาวนาน ๆ ได้ ส่วนวงเงินที่ใช้ต่อเดือน (รวมสินค้าทุกชิ้นที่ซื้อด้วยสินเชื่อบุคคล) ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท วงเงินผ่อนชำระต่อเดือน (รวมยอดผ่อนต่อเดือนของสินค้าทุกชิ้น) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 1,001 - 2,000 บาท พบว่าผู้บริโภคในการตัดสินใจสมัครสินเชื่อบุคคลได้รับอิทธิพล

จากการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด โดยแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ตามเพื่อนที่เคยเป็นสมาชิกอยู่ พบว่าความรู้สึกหลังการใช้สินเชื่อบุคคล จากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจ โดยให้เหตุผลว่าสะดวก และบริการได้รวดเร็ว จากผลการศึกษา 300 ราย มีเพียง 16 ราย หรือร้อยละ 5.3 % ที่ไม่พอใจ โดยพบว่าร้อยละ 50 ของผู้ไม่พอใจ 16 ราย ไม่พอใจเพราะดอกเบี้ยสูง

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจที่ให้บริการสินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ โดยมีข้อเสนอแนะ ได้แก่

ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรักษาและเพิ่มการใช้บริการสำหรับลูกค้าปัจจุบันของธุรกิจการให้สินเชื่อบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจการให้สินเชื่อบุคคลควรกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ที่มีลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่กล่าว สามารถทำให้ลูกค้าเดิมสมัครเป็นสมาชิกในสายผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของธุรกิจการให้สินเชื่อบุคคลเพิ่มเติม ทำให้ลูกค้าเดิมจะมีบัญชีสินเชื่อเพิ่มขึ้น นั่นหมายถึงลูกค้าจะได้รับใบแจ้งยอดในการชำระหนี้ค้างเพิ่มขึ้น สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ควรคิดหาวิธีที่จะส่งใบแจ้งยอดการชำระหนี้ให้ลูกค้าที่มีหลาย ๆ บัญชี ด้วยวิธีที่ทำให้ธุรกิจการให้สินเชื่อบุคคล ประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้มากที่สุด และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด นั่นคือใช้วิธีรวมใบแจ้งยอดการชำระหนี้จากหลาย ๆ บัญชี จากใบแจ้งยอดในการชำระหนี้หลายใบ ให้รวมกันเป็นหนึ่งใบแจ้งยอดชำระหนี้เท่านั้น (Consolidate Statement) แต่เงื่อนไขบัญชีของลูกค้าต้องมีรอบการชำระเงินในแต่ละบัญชีใกล้เคียงกัน นั่นคือกิจการแบ่งรอบบัญชีออกเป็น สองสัปดาห์แรกของเดือน หมายถึง ถ้าลูกค้ารายใดมีการตัดรอบบัญชีของแต่ละบัญชี ภายในสองสัปดาห์แรกนี้ก็สามารถรวมใบแจ้งยอดชำระหนี้กันได้ และสองสัปดาห์สุดท้ายของเดือนซึ่งใช้หลักการเดียวกันกับสองสัปดาห์แรก ในกรณีนี้จะทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบบัญชีรวมทุกบัญชีของตนเองได้ รวมถึงมีผลดีต่อสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารที่สามารถประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายและควบคุมยอดเครดิตนี้ให้แก่ลูกค้าได้ เพื่อสร้างผลประโยชน์ให้เกิดผลกำไรต่อไป

ด้านราคา (Price)

ข้อมูลและผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมต้องการทราบและคั่นหามาที่ สุดคือ รายละเอียดเกี่ยวกับดอกเบี้ย และจากผลการศึกษาทางด้านความพอใจหลังการใช้บริการสิน เชื้อบุคคล แม้ว่าผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะรู้สึกพอใจ แต่ร้อยละ 50 ของผู้ไม่ พอใจจำนวน 16 รายนั้น รู้สึก ไม่พอใจด้วยเหตุผล ดอกเบี้ยสูง แสดงให้เห็นว่าถ้าสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช้ธนาคารพาณิชย์ ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดด้วยการลดอัตราดอกเบี้ย หรือค่าธรรมเนียม ของค่าปรับต่าง ๆ ลงมา ก็จะสามารถดึงดูดลูกค้าในกลุ่มที่ไม่พอใจนี้ หันมาใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธุรกิจการให้สินเชื่อบุคคลได้ โดยไม่หันไปเป็นลูกค้าของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ที่มีธุรกิจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ควรจัดทำเล ที่ตั้งของสำนักงานที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้อย่างสะดวก มีสถานที่ตกแต่งทันสมัย บรรยากาศภายใน สำนักงานอบอุ่น รู้สึกเป็นกันเอง มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายอย่างเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวก แก่ลูกค้าในการมาสมัครเป็นสมาชิกใหม่ และการชำระเงินของลูกค้าเดิมที่เป็นสมาชิกอยู่ ก่อนแล้ว นอกจากการชำระเงินที่เคาน์เตอร์แล้ว ควรเพิ่มสถานที่ของสำนักงานสำหรับรับชำระเงิน ของลูกค้าให้เพียงพอและมากแห่งเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยเฉลี่ยในแต่ละ วัน เพื่อลดภาระงานของเจ้าหน้าที่แต่ละแห่งให้น้อยลง ซึ่งเป็นการสร้างขวัญ กำลังใจในการ ทำงาน และทำให้งานมีประสิทธิภาพได้มากขึ้น เมื่อสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์มีการ เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมา ธุรกิจการให้สินเชื่อบุคคลควรจัดส่งข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียด ต่าง ๆ ที่จัดให้บริการเพิ่มขึ้นโดยทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้าเดิมได้ทราบสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นให้ เกิดความสนใจในลูกค้าเดิมและสมัครเป็นสมาชิกในสายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มเติม เป็นการรักษา ฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ทางหนึ่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการอาศัยหลักการตลาดทั้ง 4 P's นั้นควรจะเน้นด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการ โฆษณา ซึ่งผลการสำรวจพบว่าการตัดสินใจสมัครสินเชื่อบุคคลได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาถึง ร้อยละ 54.7 ร่วมกับการกระตุ้นโดยการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการสำรวจพบว่าการตัดสินใจ สมัครสินเชื่อบุคคลได้รับ อิทธิพลจากการส่งเสริมการตลาดถึงร้อยละ 57.0 โดยพบว่าเพื่อนที่เคย เป็นสมาชิกอยู่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เพราะฉะนั้นอาจใช้โปรแกรมการตลาดโดยวิธีการดังกล่าว และคิดค้นวิธีอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อกระตุ้นให้มีการบอกต่อจะทำให้ได้ผลมาก เช่นถ้าลูกค้าเดิม

สามารถแนะนำลูกค้าใหม่มาสมัครได้ 1 ราย ผู้แนะนำจะได้รับเป็นของกำนัล หรือได้สิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น งดการคำนวณดอกเบี้ยในบัญชีผู้แนะนำเป็นเวลา 2 เดือน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพนักงาน ควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกแผนกทั้งธุรกิจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ให้ตระหนักถึงการให้บริการลูกค้า การเอาใจใส่และปลูกฝังจิตสำนึกในงานที่กระทำ พนักงานประจำเคาน์เตอร์หน้าตาสีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมทั้งจะให้บริการลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ผู้บริหารควรตรวจสอบระบบโทรเข้าของแผนกบริการลูกค้าว่าจำนวนลูกค้าเฉลี่ยที่มีการติดต่อเข้ามาในแต่ละวันมากน้อยระดับไหน เพื่อจะได้จัดจำนวนพนักงานให้เพียงพอในการให้บริการลูกค้ายามที่ลูกค้าประสบปัญหาต้องการให้ฝ่ายบริการช่วยแก้ไขปัญหาให้ ช่วยลดการต่อว่าจากลูกค้าจากการติดต่อฝ่ายบริการยาก มีการตรวจเช็คข้อมูลเรื่องการแจ้งว่าไม่ได้รับใบแจ้งยอดจากลูกค้า จากนั้นจึงส่งการไปยังแผนกจัดส่งใบแจ้งการชำระให้ส่งตรงเวลาถูกรอบบัญชีชำระของลูกค้า รวมถึงข้อมูลในการจัดพิมพ์ใบแจ้งการชำระจะมีการตรวจทานอย่างรอบคอบก่อนส่งไปถึงมือลูกค้า และข้อมูลในกรณีลูกค้าใช้วิธีการชำระด้วยการตัดบัญชีผ่านธนาคารด้วยเช่นกัน ข้อมูลดังกล่าวก่อนดำเนินการตัดชำระต้องถูกต้องเสมอ การปรับปรุงในด้านบริการต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนทำให้ลูกค้าเดิมนั้นรู้สึกพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของกิจการ และจะยังคงต้องการเป็นสมาชิกอยู่ต่อไป

5.5 ข้อจำกัดในการทำการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้ เพื่อการศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่คือพนักงานที่ทำงานบริษัทเอกชนที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ไม่กระจายตัวไปยังกลุ่มอื่น เช่นกลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ นักศึกษา จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่กระจายตัวไปตามกลุ่มประชากรดังกล่าวนี้ไปด้วย นอกจากนี้ กลุ่มประชากรที่เก็บได้ส่วนใหญ่มีรายได้ในระดับต่ำคือ 4,000 - 10,000 บาท ซึ่งน่าจะเป็นไปได้ว่าข้อจำกัดในการที่จะไปใช้บริการสินเชื่อบุคคลอื่น เช่น สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตไม่ได้ จึงจำเป็นต้องหันมาใช้บริการด้านสินเชื่อบุคคลแทน ซึ่งหากได้กลุ่มประชากรที่มีระดับรายได้แตกต่างไปจากนี้ ผลการศึกษาที่ได้ก็น่าจะแตกต่างไปจากการรายงานในครั้งนี้ก็ได้