

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิเคราะห์ อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี และศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ โดยในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการวิเคราะห์ การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิเคราะห์

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 245 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 56.73 และเพศหญิง ร้อยละ 43.27 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ร้อยละ 46.12 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.39 และเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 77.14 มีรายได้ประจำต่อเดือนตั้งแต่ 30,001-45,000 บาท มากที่สุด หรือร้อยละ 24.90 ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในประเภทธุรกิจค้าส่งค้าปลีกมากที่สุด หรือร้อยละ 42.45 มีทุนจดทะเบียนของกิจการตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท ร้อยละ 44.90 ใช้บ้านพร้อมที่ดินเป็นหลักทรัพย์สินในการค้ำประกัน ร้อยละ 41.22 และมีวงเงินเกินบัญชีที่ขออนุมัติจากธนาคาร ตั้งแต่ 3 แสนบาทขึ้นไป ถึง 6 แสนบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 3 ล้านบาท ร้อยละ 28.57

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ปัจจัยโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ หลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน และความหลากหลายของบริการ และระยะเวลาการชำระเงินคืน

**ด้านราคา** ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว ค่าประเมินหลักประกัน และค่าจดทะเบียนจำนอง

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากในปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงลำดับตามระดับความสำคัญได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ และมีรถประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านธนาคาร

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงลำดับตามระดับความสำคัญได้แก่ อันดับแรก การได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ รองลงมาคือ พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์ รั้นนอกสถานที่ มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และมีการจัดบูธตามศูนย์การค้า

**ด้านบุคลากร** ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร เรียงลำดับตามระดับความสำคัญได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มารยาทและความสุภาพของพนักงาน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ เรียงตามลำดับตามระดับความสำคัญได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ รองลงมาคือ การอนุมัติสินเชื่อ ใช้เวลารวดเร็ว มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกติดต่อ ความถูกต้องของการให้บริการ เอกสารที่ใช้ประกอบมีน้อย และขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน

ด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ เรียงลำดับตามระดับความสำคัญได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ซื่อสัตย์ ภาพลักษณ์ของธนาคาร รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน ที่นั่งคอยพื่อเพียง และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอกับความต้องการ รองลงมาคือ การประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันยุ่งยาก ระยะเวลาชำระคืนสั้นเกินไป บริการไม่มีคุณภาพ ไม่ดี ไม่น่าเชื่อถือ และการบริการไม่หลากหลาย

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสูง รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อสูง การปรับอัตราดอกเบี้ยล่าช้า ไม่ทันกับสภาวะปัจจุบัน ค่าประเมินหลักประกันสูง และค่าจดทะเบียนจำนองสูง

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอด รองลงมาคือ ติดต่อทางโทรศัพท์ยาก ที่ตั้งธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกต่อการติดต่อ และเวลาเปิดทำการให้บริการไม่สะดวกแก่ลูกค้า และไม่มีรถประจำทาง หรือรถรับจ้างที่มีเส้นทางผ่านธนาคารหรือมีน้อย

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ การไม่มีส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ของธนาคารหรือมีน้อย

รองลงมาคือ พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มิใช่เพียงพอ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียด การจัดบุคลากรตามศูนย์การค้ามีน้อย และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้า รองลงมาคือ พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาไม่ชัดเจน พนักงานที่ให้บริการล่าเอียงในการบริการลูกค้า พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในบริการที่เพียงพอ พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง พนักงานที่ให้บริการมีกริยาวาจาที่ไม่สุภาพ และพนักงานที่ให้บริการไม่มีความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพไม่เหมาะสม

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อยาวนาน รองลงมาคือ ขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก ซับซ้อน การใช้เอกสารประกอบการขออนุมัติจำนวนมาก การไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ การไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกขณะเข้ารับบริการ และการเกิดความผิดพลาดในการขออนุมัติสินเชื่อ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ อันดับแรก เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่เพียงพอให้ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ รองลงมาคือ ที่นั่งคอยไม่พอเพียง ธนาคารมีพื้นที่ไม่กว้างขวาง ไม่สะอาด อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย ไม่เพียงพอบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ ไม่เหมาะสม และสำนักงานไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ และทุนจดทะเบียน

จากการศึกษาผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือประเภทธุรกิจ และทุนจดทะเบียน ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก และการเกษตรให้ความสำคัญ ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจบริการและการผลิต ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านคุณภาพการให้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านวงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก และการผลิต ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านราคา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง บริการ และการเกษตร ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านราคา ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจทุกประเภท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจทุกประเภท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจทุกประเภท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านบุคลากร

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก รับเหมาก่อสร้าง และการผลิต ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจประเภทบริการ และการเกษตร ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจทุกประเภท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามทุนจดทะเบียน พบว่า**

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียน ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท และตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านคุณภาพการให้บริการ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชี และหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน และให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาการชำระเงินคืนและความหลากหลายของบริการ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านราคา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียน ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท และตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ และค่าประเมินหลักประกัน และให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว ทันทีกับสภาวะปัจจุบันและค่าจดทะเบียนจำนองความหลากหลายของบริการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท และตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งชุมชนให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท และตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีการจัดบุรุษตามศูนย์การค้า ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และมีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน ให้ความสำคัญในระดับมาก

ด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท และตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในทุกด้านของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 5.1 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วน ประสมการตลาด บริการ	ประเภทธุรกิจ				
	ค้าส่ง-ค้าปลีก	รับเหมาก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร
1. ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	คุณภาพการให้ บริการ	วงเงินเกินบัญชี ที่ได้รับอนุมัติ	คุณภาพการให้บริการ		
2. ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ย			อัตรา ค่าธรรมเนียม	อัตราดอกเบี้ย
3. ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	ทำเลที่ตั้งใกล้ แหล่งชุมชน	ความสะดวกและ เพียงพอของ ที่จอดรถ	ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน		
4. ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ				มีข้อเสนอหรือ บริการพิเศษใน บริการอื่น
5. ปัจจัยด้าน บุคลากร	การให้คำแนะนำ คำปรึกษา	มนุษยสัมพันธ์	ความเอาใจใส่	การให้คำแนะนำ คำปรึกษา	มนุษยสัมพันธ์ มารยาท ความเอาใจใส่
6. ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ความสะดวก รวดเร็วในการ ติดต่อ	อนุมัติสินเชื่ รวดเร็ว	ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ		
7. ปัจจัยด้านการ สร้างและการนำ เสนอหลักฐานทาง กายภาพของการให้ บริการ	ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร				

ตารางที่ 5.2 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ทุนจดทะเบียน			
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพการให้บริการ			
2. ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี			อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน			
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ			
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	การให้คำแนะนำ คำปรึกษา ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหาลูกค้า			การให้คำแนะนำ คำปรึกษา มนุษยสัมพันธ์
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ			
7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ	ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร			

จากตารางที่ 5.1 และ 5.2 แต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกจำแนกตามประเภทธุรกิจ และทุนจดทะเบียน พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี ไม่แตกต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ แต่แตกต่างกันตามประเภทกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยคุณภาพของการให้บริการ เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี แตกต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี ไม่แตกต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ แต่แตกต่างกันตามประเภทกิจการของผู้ตอบ

แบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน เป็นอันดับแรก  
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี  
ไม่แตกต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ แต่แตกต่างกันตามประเภทกิจการของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ เป็นอันดับ  
แรก

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี แตกต่างกัน  
ตามทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ให้  
ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี  
ไม่แตกต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ แต่แตกต่างกันตามประเภทกิจการของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ เป็น  
อันดับแรก

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
สินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี ไม่แตกต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทกิจการของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร  
เป็นอันดับแรก

#### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ  
เบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้านักวิชาการกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสัมพันธ์ จังหวัดเชียงใหม่  
สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับตลาดบริการ  
(The Marketing Mix for Services) ดังนี้

#### ส่วนประสมการตลาดสำหรับตลาดบริการ (The Marketing Mix for Services)

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ และปัจจัย  
ด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการนั้น มีอิทธิพลกับผู้ตอบ  
แบบสอบถามต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 4.17)  
สอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาดเช่นเดียวกันกับสินค้า  
ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริม

การตลาด (Promotion) นอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย บุคลากร (People) กระบวนการของการให้บริการ (Process) การสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ (Physical Evidence and Presentation) โดยพบว่าปัจจัยทุกด้านมีอิทธิพล แต่มีอิทธิพลที่แตกต่างกันต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์ ที่พบว่าให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่องวงเงินสินเชื่อ

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์ (2545) ที่พบว่าให้ความสำคัญอันดับแรกเรื่องธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์ (2545) ที่พบว่าให้ความสำคัญอันดับแรกกับเรื่องข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์ (2545) ที่พบว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบรรษัทกับปัจจัยด้านการตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ความต้องการของพนักงานสาขา

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการที่มีผลอันดับแรก ได้แก่ ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสัมพันธ์ เชียงใหม่ ข้อค้นพบจากการศึกษานี้พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยวงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับการอนุมัติ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสองใกล้เคียงกับอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการ

สินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี แต่เป็นปัญหาที่พบบากที่สุดในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอกับความต้องการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยอัตราดอกเบี้ยสูง มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี ซึ่งเป็นปัญหาที่พบบากที่สุดจากการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี แต่ปัญหาที่พบบากที่สุดจากการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามคือ สถานที่จอดรถคับแคบ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการไม่มีส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ของธนาคารหรือน้อย เป็นปัญหาที่พบบากที่สุดจากการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยพนักงานให้คำแนะนำปรึกษาอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี และปัจจัยย่อยความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสอง ใกล้เคียงกับอันดับแรกมาก ซึ่งผลจากการศึกษาปัญหาพบว่าเป็นปัญหาที่พบบากที่สุดในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี และปัจจัยย่อยการอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย ใกล้เคียงกับอันดับแรกมาก ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่าเป็นปัญหาที่พบบากที่สุดในการใช้บริการคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี แต่ปัญหาที่พบบากที่สุดจากการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าไม่เพียงพอให้ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ

จากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านเบิกเงินเกินบัญชี และปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจสัมพันธ์ เชียงใหม่ สามารถแสดงสรุปได้ในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่งออกมาที่สุด และน้อยที่สุด และปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีที่พบมากที่สุด และน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีมากที่สุด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีมากที่สุด	ปัญหาที่พบในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีน้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพการให้บริการ	ระยะเวลาชำระเงินคืน	วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอต่อความต้องการ	มีบริการไม่หลากหลาย
2. ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี	ค่าจดทะเบียนจำนอง	อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีสูง	ค่าจดทะเบียนจำนองสูง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า	การมีรถประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านธนาคาร	สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ	ไม่มีรถประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านธนาคาร
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ	มีการจัดประชุมตามศูนย์การค้า	ไม่มีส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ของธนาคารหรือน้อย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ผ่านสื่อมีน้อย
5. ด้านบุคลากร	พนักงานให้คำแนะนำปรึกษาอย่างถูกต้อง	พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	พนักงานแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้า	พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพไม่เหมาะสม
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	ขั้นตอนของการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อนาน	เกิดความคิดพลาดในการขออนุมัติสินเชื่อ
7. ด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ	ความมั่นคง ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของธนาคาร	บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ	เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่เพียงพอ	สำนักงานไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับสำนักธุรกิจสาขาส่งออกธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการวางกลยุทธ์ ทางด้านการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด โดยมีข้อเสนอแนะในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสมเรื่องวงเงินเบิกเกินบัญชีที่ลูกค้าขอ เนื่องจากพบว่าเป็นปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด ดังนั้นจึงควรจะมีการพิจารณาและทบทวนถึงความ

เหมาะสม นอกจากนั้นการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้าประกันควรจะลดขั้นตอนในการทำการประเมิน เพื่อความสะดวกของลูกค้า สำหรับระยะเวลาการชำระคืน ควรจะมีหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกตามความสามารถของลูกค้า และควรมีการปรับปรุงเรื่องคุณภาพของการให้บริการ

**ด้านราคา** เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อบริการเงินเกินบัญชีของแต่ละธนาคารในปัจจุบันไม่แตกต่างกันมาก แต่ค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่นค่าประเมินหลักประกัน ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อของแต่ละธนาคารไม่เท่ากัน ซึ่งค่าธรรมเนียมเหล่านี้เป็นต้นทุนทางการเงินอย่างหนึ่งของผู้ขอสินเชื่อ มีผลต่อการตัดสินใจในการขอสินเชื่อได้ ควรมีการลดต้นทุนส่วนนี้ให้กับลูกค้า เป็นกลยุทธ์ทางด้านราคาในการแข่งขัน โดยธนาคารฯ ควรจะลดต้นทุนการดำเนินการที่ไม่จำเป็นลง และถ้าเป็นไปได้ธนาคารฯ ควรจะมีการลดค่าธรรมเนียมการประเมินหลักประกันและค่าจดทะเบียนงานอง นอกจากนี้การปรับอัตราดอกเบี้ยไม่ควรจะล่าช้าและยุ่งยาก

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ควรปรับปรุงเรื่องความเพียงพอของสถานที่จอดรถ โดยควรวางแผนขยายพื้นที่ หรือหาเช่าพื้นที่จอดรถในอนาคต และถ้าเป็นไปได้ควรมีคู่มือโทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก และในกรณีที่มีธนาคารจะเปิดสาขาใหม่ ควรจะคำนึงถึงที่ตั้งของธนาคาร โดยควรจะอยู่ในที่ชุมชนที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้บริการด้านสินเชื่อหรือมีพนักงานออกเดินตลาดเพื่อพบลูกค้านอกสถานที่ทำการของธนาคารฯ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้สินเชื่อมากขึ้น นอกจากนี้ควรจะมีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น รวมถึงการจัดบูธตามศูนย์การค้าหรืองานแสดงผลผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

**ด้านบุคลากร** ควรฝึกอบรม สร้างจิตสำนึกในการบริการให้กับพนักงานสินเชื่อที่มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องแม่นยำมีการบริการลูกค้าที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น การอบรมเรื่องจิตสำนึกในการให้บริการ การบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจ การให้คำแนะนำ คำปรึกษาที่ถูกต้องให้กับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นบุคลากรสามารถพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมขึ้นเองเพื่อให้บุคลากรมีทักษะ จิตสำนึกในการให้บริการมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้า อบรมพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการลูกค้าเหมือนกันทุกคน

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ควรทบทวนกระบวนการในการอนุมัติสินเชื่อเงินเกินบัญชีอยู่เป็นประจำ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อแก่ลูกค้า เช่น ทำการทบทวนเอกสารหรือกระบวนการเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อทราบผลการประเมินประสิทธิภาพ และระดับความพึง

พอใจของลูกค้าต่อกระบวนการให้บริการ เป็นต้น นอกจากนี้การขอเอกสารจากลูกค้าเพื่อใช้ประกอบการขอสินเชื่อต้องเหมาะสม ขั้นตอน การอนุมัติสินเชื่อควรกระชับและไม่ยุ่งยาก พนักงานที่ดูแลบัญชีหรือการอนุมัติของลูกค้า ควรจะทราบสถานการณ์ขออนุมัติสินเชื่อ เพื่อที่จะสามารถตอบลูกค้าว่าสินเชื่อจะได้รับการอนุมัติหรือไม่ หรือภายในกี่วัน ซึ่งในบางเรื่องสำนักธุรกิจสามารถดำเนินการเองโดยการทบทวนกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ และควรจะทำนายความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการขอสินเชื่อในด้านการติดต่อและขณะขอรับบริการ

ด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ปัญหาเรื่องเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่เพียงพอให้ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และควรมีที่นั่งรอรับบริการให้เพียงพอ ตลอดถึงความสะอาด บรรยากาศ ความเป็นระเบียบของสถานที่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

การกำหนดกลยุทธ์การตลาด ควรพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้านให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภท กล่าวคือลูกค้าที่อยู่ในประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านต่างๆ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดเกือบทั้งหมด ดังนั้นการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดบริการจะต้องให้มีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภทธุรกิจ

ธนาคารฯ ควรมีการจัดทำระบบรับความคิดเห็นของลูกค้า การประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อทราบความต้องการของลูกค้าและปัญหาที่ลูกค้าพบ เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น และเมื่อนำความคิดเห็นของลูกค้าไปดำเนินการแก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้ว ควรแจ้ง หรือเสนอให้ลูกค้าทราบด้วย เพื่อให้ลูกค้าทราบว่าธนาคารฯ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดเห็น ความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ผู้รับผิดชอบด้านบุคลากร และกระบวนการให้บริการต้องดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีหน้าที่บริการลูกค้าอย่างเอาใจใส่และใกล้ชิด เพราะเป็นปัจจัยที่มีผลมากต่อการตัดสินใจใช้บริการ