

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้ายุทธการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้ายุทธการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้ายุทธการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ใช้สินเชื่อบุคคล กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35-44 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ประเภทสินเชื่อบุคคลของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อบุคคลเพอร์ซันนัลแคช เอ็กซ์ตร้าลอง เนื่องจากไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน และมีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยส่วนใหญ่ใช้ หรือเคยใช้สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งประเภทของสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ หรือเคยใช้สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) คือ ธนาคาร เนื่องจากไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน เช่นเดียวกัน และมีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่น โดยภาพรวมในระดับพอใจมาก

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล

ตาราง 54 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)	ข้อย่อยที่มีผลมากที่สุด	ลำดับ ที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มาก (3.91)	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21)	4
ปัจจัยด้านราคา	มาก (3.96)	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก (ค่าเฉลี่ย 4.03)	3
ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ	มาก (3.79)	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ (ค่าเฉลี่ย 3.93)	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มาก (3.66)	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.84)	7
ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.09)	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.22)	1
ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	มาก (4.02)	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)	2
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	มาก (3.71)	ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.74)	6
รวม	มาก (3.88)		

จากตาราง 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยข้อย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก คือ ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ตาราง 55 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.19)
25-34 ปี	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.03)
35-44 ปี	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.15)
45-54 ปี	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (3.95)
55 ปี ขึ้นไป	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.49)

จากตาราง 55 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 56 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.14)
ปริญญาตรี	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.05)
ปริญญาโท	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.17)
สูงกว่าปริญญาโท	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	มาก (4.16)

จากตาราง 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

ตาราง 57 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.94)
พนักงานบริษัทเอกชน	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.07)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.10)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (3.89)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.18)
ค้าขาย	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.28)
รับจ้างทั่วไป	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (3.70)

จากตาราง 57 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน

ตาราง 58 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.10)
11,800-17,099 บาท	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.02)
17,100-22,399 บาท	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	มาก (4.15)
22,400-27,699 บาท	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	มาก (4.03)
27,700 บาทขึ้นไป	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	มาก (4.17)

จากตาราง 58 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

ตาราง 59 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.18)
25-34 ปี	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.18)
35-44 ปี	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.30)
45-54 ปี	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.14)
55 ปี ขึ้นไป	เงื่อนไขไม่ยุ่งยาก	มาก (4.18)

จากตาราง 59 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อเงื่อนไขที่ไม่ยุ่งยาก

ตาราง 60 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.11)
ปริญญาตรี	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.26)
ปริญญาโท	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน และ ระยะเวลาผ่อนชำระนาน	มาก (4.23)
สูงกว่าปริญญาโท	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.00)

จากตาราง 60 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน และระยะเวลาผ่อนชำระนาน และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน

ตาราง 61 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	วงเงินสินเชื่อสูง	มาก (4.33)
พนักงานบริษัทเอกชน	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.28)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.29)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.07)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	เงื่อนไขไม่ยุ่งยาก	มาก (4.12)
ค้าขาย	ระยะเวลาผ่อนชำระนาน	มาก (4.12)
รับจ้างทั่วไป	ระยะเวลาผ่อนชำระนาน	มาก (4.20)

จากตาราง 61 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อวงเงินสินเชื่อสูง ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อเงื่อนไขที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาผ่อนชำระนาน และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาผ่อนชำระนาน

ตาราง 62 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	ระยะเวลาผ่อนชำระนาน	มาก (4.03)
11,800-17,099 บาท	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.29)
17,100-22,399 บาท	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.50)
22,400-27,699 บาท	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.15)
27,700 บาทขึ้นไป	ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	มาก (4.18)

จากตาราง 62 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาผ่อนชำระนาน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน และ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน

ตาราง 63 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (3.82)
25-34 ปี	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.06)
35-44 ปี	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (4.14)
45-54 ปี	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (3.91)
55 ปี ขึ้นไป	อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมต่ำ และการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.23)

จากตาราง 63 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่ออัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมต่ำ และการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก

ตาราง 64 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (3.92)
ปริญญาตรี	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.06)
ปริญญาโท	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.20)
สูงกว่าปริญญาโท	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา และการคิดค่าปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนครบกำหนด	มาก (4.00)

จากตาราง 64 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา และการคิดค่าปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนครบกำหนด

ตาราง 65 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา และการคิดค่าปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนครบกำหนด	มาก (4.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.04)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (4.03)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (3.86)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.20)
ค้าขาย	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.38)
รับจ้างทั่วไป	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (3.60)

จากตาราง 65 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา และการคิดค่าปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนครบกำหนด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก

ตาราง 66 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (3.92)
11,800-17,099 บาท	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.09)
17,100-22,399 บาท	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (4.15)
22,400-27,699 บาท	การคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก	มาก (4.08)
27,700 บาทขึ้นไป	การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา	มาก (4.01)

จากตาราง 66 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา

ตาราง 67 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	ช่องทางการชำระคืน โดยการหักบัญชีเงินฝากที่เปิดไว้กับธนาคาร	มาก (4.00)
25-34 ปี	ช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส	มาก (3.90)
35-44 ปี	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแจ้งความประสงค์	มาก (4.01)
45-54 ปี	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแจ้งความประสงค์ และช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร	มาก (3.86)
55 ปี ขึ้นไป	ช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร	มาก (4.41)

จากตาราง 67 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อช่องทางการชำระคืน โดยการหักบัญชีเงินฝากที่เปิดไว้กับธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแจ้งความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแจ้งความประสงค์ และช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร

ตาราง 68 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์	มาก (4.02)
ปริญญาตรี	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์	มาก (3.87)
ปริญญาโท	การสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ และสามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์	มาก (4.02)
สูงกว่าปริญญาโท	การสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ สามารถรับเงินกู้โดยกดผ่านตู้ ATM ของธนาคาร หรือธนาคารอื่น และช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร	มาก (3.75)

จากตาราง 68 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ และสามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ สามารถรับเงินกู้โดยกดผ่านตู้ ATM ของธนาคาร หรือธนาคารอื่น และช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร

ตาราง 69 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	การสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ และการสมัครใช้บริการผ่านทีมขายตรงทั่วประเทศ	มาก (4.33)
พนักงานบริษัทเอกชน	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์	มาก (3.94)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์	มาก (3.96)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร	มาก (4.00)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์	มาก (3.92)
ค้าขาย	การสมัครใช้บริการผ่านทีมขายตรงทั่วประเทศ และช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส	มาก (4.06)
รับจ้างทั่วไป	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์	มาก (4.00)

จากตาราง 69 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ และการสมัครใช้บริการผ่านทีมขายตรงทั่วประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อช่องทางการชำระคืนโดยการหักบัญชีเงินฝากที่เปิดไว้กับธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ถูกค่าแรงความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อการสมัครใช้บริการผ่านทีมขายตรงทั่วประเทศ และช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส

และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์

ตาราง 70 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	สามารถรับเงินกู้โดยกดผ่านตู้ ATM ของธนาคาร หรือธนาคารอื่น	มาก (3.89)
11,800-17,099 บาท	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์	มาก (3.96)
17,100-22,399 บาท	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์	มาก (4.13)
22,400-27,699 บาท	ช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส	มาก (3.97)
27,700 บาทขึ้นไป	สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์	มาก (3.92)

จากตาราง 70 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้โดยกดผ่านตู้ ATM ของธนาคาร หรือธนาคารอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์

ตาราง 71 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้	มาก (3.76)
25-34 ปี	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.89)
35-44 ปี	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และสามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.85)
45-54 ปี	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.72)
55 ปี ขึ้นไป	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (4.05)

จากตาราง 71 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และสามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้

ตาราง 72 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมพิเศษ	มาก (3.71)
ปริญญาตรี	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และสามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.86)
ปริญญาโท	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (4.05)
สูงกว่าปริญญาโท	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (4.00)

จากตาราง 72 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และสามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้

ตาราง 73 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมพิเศษ และของกำนัล เช่น เช็คของขวัญ ฯลฯ	มาก (3.33)
พนักงานบริษัทเอกชน	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.88)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้	มาก (3.92)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และสามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.66)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมพิเศษ	มาก (3.90)
ค้าขาย	รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมพิเศษ	มาก (3.94)
รับจ้างทั่วไป	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.80)

จากตาราง 73 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมพิเศษ และของกำนัล เช่น เช็คของขวัญ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และสามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/

เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมพิเศษ และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้

ตาราง 74 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.67)
11,800-17,099 บาท	รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมพิเศษ	มาก (3.92)
17,100-22,399 บาท	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้	มาก (4.15)
22,400-27,699 บาท	สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้	มาก (3.83)
27,700 บาทขึ้นไป	สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้	มาก (3.86)

จากตาราง 74 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อรายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้

ตาราง 75 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล
จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของ เจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.35)
25-34 ปี	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของ เจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.23)
35-44 ปี	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของ เจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.28)
45-54 ปี	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของ เจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.02)
55 ปี ขึ้นไป	เจ้าหน้าที่ธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ความ สะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความมี มนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของ เจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.55)

จากตาราง 75 พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้า
บุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และ
มารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษย
สัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ใ
ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบ
แบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของ
เจ้าหน้าที่ธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ธนาคาร
ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความมีมนุษย
สัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ตาราง 76 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.21)
ปริญญาตรี	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.22)
ปริญญาโท	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.32)
สูงกว่าปริญญาโท	ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.25)

จากตาราง 76 พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ตาราง 77 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ ธนาคาร ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร เจ้าหน้าที่ธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาท ที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มากที่สุด (5.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดี ของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.17)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดี ของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.23)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดี ของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.14)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดี ของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.35)
ค้าขาย	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดี ของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.44)
รับจ้างทั่วไป	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดี ของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.00)

จากตาราง 77 พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้า
บุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อความรู้ ความสามารถ
ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร เจ้าหน้าที่ธนาคาร
ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความมีมนุษย
สัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน
บริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่
ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษย
สัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน
รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่

ธนาคารผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ตาราง 78 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.31)
11,800-17,099 บาท	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.10)
17,100-22,399 บาท	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.28)
22,400-27,699 บาท	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.18)
27,700 บาทขึ้นไป	ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	มาก (4.28)

จากตาราง 78 พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ตาราง 79 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (3.94)
25-34 ปี	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (4.06)
35-44 ปี	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (4.14)
45-54 ปี	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (3.96)
55 ปี ขึ้นไป	ทราบผลอนุมัติเร็ว	มาก (4.32)

จากตาราง 79 พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อทราบผลอนุมัติเร็ว

ตาราง 80 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก และทราบผลอนุมัติเร็ว	มาก (4.04)
ปริญญาตรี	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (4.07)
ปริญญาโท	ขั้นตอนการขออนุมัติสินค้าไม่ซับซ้อน	มาก (4.16)
สูงกว่าปริญญาโท	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก และทราบผลอนุมัติเร็ว	มาก (4.25)

จากตาราง 80 พบว่าปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก และทราบผลอนุมัติเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อขั้นตอนการขออนุมัติสินค้าไม่ซับซ้อน และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อ สมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก และทราบผลอนุมัติเร็ว

ตาราง 81 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนการขออนุมัติสินค้าเชื่อไม่ซับซ้อน และทราบผลอนุมัติเร็ว	มาก (4.33)
พนักงานบริษัทเอกชน	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (4.07)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (4.09)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (3.93)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	ทราบผลอนุมัติเร็ว	มาก (4.18)
ค้าขาย	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	มาก (4.06)
รับจ้างทั่วไป	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนการขออนุมัติสินค้าเชื่อไม่ซับซ้อน และทราบผลอนุมัติเร็ว	ปานกลาง (3.40)

จากตาราง 81 พบว่าปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนการขออนุมัติสินค้าเชื่อไม่ซับซ้อน และทราบผลอนุมัติเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อทราบผลอนุมัติเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่

ยุ่งยาก และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสาร ประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อน และทราบผลอนุมัติเร็ว

ตาราง 82 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ ยุ่งยาก	มาก (3.98)
11,800-17,099 บาท	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ ยุ่งยาก	มาก (3.96)
17,100-22,399 บาท	ขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อน	มาก (4.18)
22,400-27,699 บาท	สมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ ยุ่งยาก	มาก (4.08)
27,700 บาทขึ้นไป	ทราบผลอนุมัติเร็ว	มาก (4.21)

จากตาราง 82 พบว่าปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อ บุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อสมัครง่ายด้วย เอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อทราบผลอนุมัติเร็ว

ตาราง 83 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
15-24 ปี	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม และการจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ	มาก (3.71)
25-34 ปี	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม	มาก (3.78)
35-44 ปี	เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย	มาก (3.77)
45-54 ปี	ชื่อเสียงของธนาคาร	มาก (3.80)
55 ปี ขึ้นไป	ชื่อเสียงของธนาคาร	มาก (4.23)

จากตาราง 83 พบว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-24 ปี ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม และการจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญต่อเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร

ตาราง 84 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
สินเชื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย และสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟ ให้บริการ	มาก (3.85)
ปริญญาตรี	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม	มาก (3.72)
ปริญญาโท	ชื่อเสียงของธนาคาร	มาก (3.84)
สูงกว่าปริญญาโท	การจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ	มาก (4.25)

จากตาราง 84 พบว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย และสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟ ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ให้ความสำคัญต่อการจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ

ตาราง 85 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
นักเรียน/นักศึกษา	ชื่อเสียงของธนาคาร บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัยการจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟให้บริการ	มาก (4.33)
พนักงานบริษัทเอกชน	เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย	มาก (3.78)
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	ชื่อเสียงของธนาคาร	มาก (3.75)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟให้บริการ	มาก (3.76)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟให้บริการ	มาก (3.88)
ค้าขาย	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม	มาก (3.88)
รับจ้างทั่วไป	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม	ปานกลาง (3.80)

จากตาราง 85 พบว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย การจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟ ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของ

ธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟ ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟ ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม และ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม

ตาราง 86 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)
ต่ำกว่า 11,800 บาท	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม	มาก (3.80)
11,800-17,099 บาท	บรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม และ เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย	มาก (3.68)
17,100-22,399 บาท	ชื่อเสียงของธนาคาร และเครื่องมือ และอุปกรณ์ สำนักงานทันสมัย	มาก (3.92)
22,400-27,699 บาท	ชื่อเสียงของธนาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟให้บริการ	มาก (3.72)
27,700 บาทขึ้นไป	ชื่อเสียงของธนาคาร	มาก (3.93)

จากตาราง 86 พบว่าปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 11,800 บาท ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,800-17,099 บาท ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ และการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม และเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร และเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,400-27,699 บาท ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร และ

สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟ ให้บริการ และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,700 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคาร

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นการศึกษาตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บริการ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน และเป็นแรงจูงใจให้เกิดผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้า หรือบริการ ดังนั้น หากธนาคารสามารถรักษามาตรฐานการให้บริการ และมีการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารได้เช่นกัน

โดยจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร จรุงฤทธิ์ (2539 : บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานมากที่สุด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยา ชาวโชติช่วง (2547 : บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในภาพรวม พบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในลำดับแรก ด้วยเหตุจากความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยา ชาวโชติช่วง (2547 : บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน

อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยผลการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของพนักงาน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้าธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานในลำดับแรก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาโท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท และ 27,700 บาท ขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ในลำดับแรก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้าธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อการไม่ต้องมีหลักทรัพย์ หรือบุคคลค้ำประกันในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากการไม่ต้องมีหลักทรัพย์ หรือบุคคลค้ำประกัน ประกอบด้วย มีเงื่อนไขที่ไม่ยุ่งยาก ระยะเวลาผ่อนชำระนาน และวงเงินสินเชื่อสูง

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้าธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากการคิดดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก ประกอบด้วย อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่ำ การลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไปเมื่อผ่อนชำระตรงเวลา และการคิดค่าปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนครบกำหนด

ปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของลูกค้าธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญ

ต่อการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ ในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากการที่สามารถรับเงินกู้ผ่านบัญชีของธนาคาร หรือธนาคารอื่นตามที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ ประกอบด้วย การสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ การสมัครใช้บริการผ่านทีมขายตรงทั่วประเทศ สามารถรับเงินกู้โดยกดผ่านตู้ ATM ของธนาคาร หรือธนาคารอื่น ช่องทางการชำระคืน โดยการหักบัญชีเงินฝากที่เปิดไว้กับธนาคาร ช่องทางการชำระคืน โดยการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ธนาคาร และช่องทางการชำระคืนที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้านักวิชาการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากการที่สามารถกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เดิมได้ ประกอบด้วย สามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมพิเศษ และของกำนัล เช่น เช็คของขวัญ ฯลฯ

ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้านักวิชาการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคารในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ธนาคาร ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้านักวิชาการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อการสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยากในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากการสมัครง่าย ด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ประกอบด้วย ขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อน และทราบผลอนุมัติเร็ว

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้านานาชาติไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับสำคัญมากโดยให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงของธนาคารในลำดับแรก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับแรกนอกเหนือจากชื่อเสียงของธนาคาร ประกอบด้วย บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัย สวยงาม การจัดวางอุปกรณ์ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อและป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่ม ชา กาแฟให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่าถึงแม้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในลำดับสุดท้ายด้วยค่าเฉลี่ยน้อยสุด ซึ่งเป็นไปได้ว่าการทำการส่งเสริมการตลาดของธนาคารในปัจจุบันยังไม่สามารถกระตุ้นการตอบสนองของลูกค้าให้เกิดความสนใจให้ทดลองใช้ หรือตัดสินใจใช้บริการได้ ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ ดังนี้

1. ควรมีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม อาทิ สามารถรวบรวมยอดสินเชื่อจากหลายแห่งเพื่อลดภาระการผ่อนชำระของลูกค้า โดยสามารถนำบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นมาอ้างอิงได้ หรือมีการคิดดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมในอัตราพิเศษเป็นระยะเวลายาวขึ้น เช่น 6 เดือน หรือ 12 เดือน เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ธนาคารควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

2. สำหรับปัจจัยด้านอื่นๆ ธนาคารควรมีการพัฒนา และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในปัจจุบัน เนื่องจาก การแข่งขันในตลาดสินเชื่อรายย่อยนับวันจะรุนแรงขึ้น