

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ ซึ่งแบ่งผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ดังแสดงไว้ในตาราง 4.1

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 ดังแสดงไว้ในตาราง 4.2 – 4.9

ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 ดังแสดงไว้ในตาราง 4.10 – 4.17

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 จำแนกตามอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังแสดงไว้ในตาราง 4.18 – 4.33

ส่วนที่ 5 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 จำแนกตามอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังแสดงไว้ในตาราง 4.34 - 4.49

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.1 ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	206	51.50
	หญิง	194	48.50
	รวม	400	100.00

ตาราง 4.1 ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	ไม่เกิน 29 ปี	149	37.25
	30 - 39 ปี	116	29.00
	40 - 49 ปี	103	25.75
	50 - 59 ปี	32	8.00
	รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	34	8.50
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวท.	45	11.25
	ปวส./อนุปริญญา	80	20.00
	ปริญญาตรี	211	52.75
	สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.50
	รวม	400	100.00
สถานภาพ	โสด	198	49.50
	สมรส	188	47.00
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	14	3.50
	รวม	400	100.00
อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	58	14.50
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	112	28.00
	พนักงานบริษัท	170	42.50
	รับจ้างทั่วไป	60	15.00
	รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	10,001 - 20,000 บาท	187	46.75
	20,001 - 30,000 บาท	75	18.75
	30,001 - 40,000 บาท	63	15.75
	40,001 - 50,000 บาท	45	11.25
	50,001 บาทขึ้นไป	30	7.50
	รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1 ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.50 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.50 ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุไม่เกิน 29 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมา คือ อายุ 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.00 อายุ 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.75 อายุ 50 - 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาขั้น สูงสุด ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา คือ ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อย ละ 20.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวท. คิดเป็นร้อยละ 11.25 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อย ละ 8.50 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพโสด มากที่สุดคิดเป็นร้อย ละ 49.50 รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 47.00 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด คิด เป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.00 รับจ้าง ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 15.00 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาได้แก่ รายได้ 20,001 - 30,000บาท คิดเป็นร้อยละ 18.75 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.75 รายได้ 40,001 - 50,000บาท คิดเป็นร้อยละ 11.25 และรายได้ 50,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14

ตาราง 4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่ต้องมีบุคคล หรือ หลักทรัพย์ค้ำประกัน	270 (67.50)	121 (30.25)	0 (0.00)	9 (2.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.63 0.61	1 มากที่สุด
วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง	252 (63.00)	121 (30.25)	27 (6.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.56 0.62	2 มากที่สุด
กำหนดวงเงินอนุมัติให้ สามารถผ่อนชำระได้โดยไม่ เกินความสามารถ (3.5 เท่า ของรายได้)	102 (25.50)	164 (41.00)	116 (29.00)	18 (4.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.88 0.84	7 มาก
กำหนดวงเงินสูงสุดที่ เพียงพอต่อการนำไปใช้จ่าย (750,000 บาท)	124 (31.00)	159 (39.75)	108 (27.00)	9 (2.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.00 0.82	6 มาก
สามารถเลือกเป็นวงเงิน หมุนเวียนหรือวงเงินกู้แบบมี กำหนดระยะเวลาได้	113 (28.25)	205 (51.25)	82 (20.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.08 0.70	5 มาก
สามารถชำระคืนเงินต้นและ ดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา	239 (59.75)	127 (31.75)	34 (8.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.51 0.65	3 มาก
มีรอบเวลาในการกำหนดให้ ชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย ที่ชัดเจน	179 (44.75)	168 (42.00)	49 (12.25)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.31 0.72	4 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.28 0.45	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับ ให้ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.63), วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง(ค่าเฉลี่ย 4.56), สามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา(ค่าเฉลี่ย 4.51), มีรอบเวลาในการกำหนดให้ชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.31), สามารถเลือกเป็นวงเงินหมุนเวียนหรือวงเงินกู้แบบมีกำหนดระยะเวลาได้(ค่าเฉลี่ย 4.08), กำหนดวงเงินสูงสุดที่เพียงพอต่อการนำไปใช้จ่าย (750,000 บาท)(ค่าเฉลี่ย 4.00) และ กำหนดวงเงินอนุมัติให้สามารถผ่อนชำระได้โดยไม่เกินความสามารถ (3.5 เท่าของรายได้)(ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ตาราง 4.3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่เป็นไปตามกฎหมาย (28% ต่อปี)	104 (26.00)	109 (27.25)	130 (32.50)	47 (11.75)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.63 1.07	5 มาก
การกำหนดค่าอัตรดอกเบี้ยร้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับ การอนุมัติ โดยชำระครั้งเดียว	80 (20.00)	162 (40.50)	95 (23.75)	49 (12.25)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.61 1.05	6 มาก
สามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร	131 (32.75)	208 (52.00)	49 (12.25)	12 (3.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.15 0.74	3 มาก
ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า, รายปี และการใช้วงเงิน	306 (76.50)	72 (18.00)	22 (5.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.71 0.56	1 มากที่สุด
ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนดเฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร, ATM	279 (69.75)	93 (23.25)	28 (7.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.63 0.61	2 มากที่สุด
มีการเรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด ที่เป็นภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส	102 (25.50)	182 (45.50)	76 (19.00)	31 (7.75)	9 (2.25)	400 (100.00)	3.84 0.97	4 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.09 0.55	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับความมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า, รายปี และค่าธรรมเนียมการใช้วงเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.71), ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.63), สามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้ โดยชำระด้วยเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.15), มีการเรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนดที่เป็นภายนอกเครือข่ายธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.84), มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่เป็นไปตามกฎหมาย (28% ต่อปี) (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ การกำหนดค่าอากรแสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติโดยชำระครั้งเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัด จำหน่ายหรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ความสามารถในการ สมัครใช้บริการผ่าน สาขาทั่วประเทศ	184 (46.00)	177 (44.25)	22 (5.50)	13 (3.25)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.31 0.80	3 มาก
ความสามารถในการ สมัครใช้บริการผ่าน Direct Mail หรือCall Center	109 (27.25)	186 (46.50)	57 (14.25)	40 (10.00)	8 (2.00)	400 (100.00)	3.87 0.99	4 มาก
สามารถถอนเงินสด ผ่านเครื่องATM ได้ ทุกธนาคารทั่ว ประเทศ	263 (65.75)	88 (22.00)	45 (11.25)	4 (10.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.53 0.73	1 มากที่สุด
มีช่องทางการชำระ เงินคืนได้หลาย ช่องทางตามความ สะดวกของ ผู้ใช้บริการทั้งภายใน เครือข่ายและภายนอก เครือข่ายของธนาคาร	212 (53.00)	137 (34.25)	43 (10.75)	8 (2.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.38 0.76	2 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.27 0.64	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย4.27) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.53), มีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร(ค่าเฉลี่ย 4.38), ความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ(ค่าเฉลี่ย 4.31) และ ความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่าน Direct Mail หรือ Call Center (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the border.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์, แผ่นพับ, วิทยุทัศน์	77 (19.25)	208 (52.00)	106 (26.50)	9 (2.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.88 0.73	3 มาก
การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงาน หรือที่บ้านของลูกค้า	128 (32.00)	171 (42.75)	83 (20.75)	18 (4.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.02 0.84	1 มาก
การมีของกำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้เงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลังจากรับการอนุมัติบัตร	126 (31.50)	149 (37.25)	93 (23.25)	18 (4.50)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.89 1.02	2 มาก
รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ	114 (28.50)	155 (38.75)	99 (24.75)	32 (8.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.88 0.92	3 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.92 0.63	มาก

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงาน หรือที่บ้านของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02), การมีของกำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้เงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลังจากรับการอนุมัติบัตร เช่น ของกำนัลที่เป็นนม (ค่าเฉลี่ย 3.89), การโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิทยุทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และรายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ตาราง 4.6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน

ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
พนักงานธนาคารสามารถให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	149 (37.25)	204 (51.00)	38 (9.50)	9 (2.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.23 0.71	5 มาก
ความรู้ความสามารถ ความชำนาญและการแก้ไขปัญหาของพนักงานธนาคาร	144 (36.00)	206 (51.50)	41 (10.25)	9 (2.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.21 0.71	6 มาก
ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร	236 (59.00)	128 (32.00)	28 (7.00)	8 (2.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.48 0.72	1 มาก
พนักงานธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	185 (46.25)	163 (40.75)	48 (12.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.32 0.72	4 มาก
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร	184 (46.00)	182 (45.50)	30 (7.50)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.37 0.67	3 มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร	227 (56.75)	140 (35.00)	25 (6.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.47 0.70	2 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.34 0.59	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร(ค่าเฉลี่ย 4.48), ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร(ค่าเฉลี่ย 4.47), ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร(ค่าเฉลี่ย 4.37), พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย(ค่าเฉลี่ย 4.23) และ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาของพนักงานธนาคาร(ค่าเฉลี่ย 4.21) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ	123 (30.75)	234 (58.50)	39 (9.75)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.19 0.64	2 มาก
สมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	129 (32.25)	159 (39.75)	95 (23.80)	13 (3.25)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.99 0.88	4 มาก
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	117 (29.25)	142 (35.50)	106 (26.50)	27 (6.75)	8 (2.00)	400 (100.00)	3.83 0.99	5 มาก
ทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือโดยวิธี SMS	143 (35.75)	164 (41.00)	76 (19.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.08 0.84	3 มาก
สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	166 (41.50)	197 (49.25)	33 (8.25)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.31 0.66	1 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.08 0.64	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการขั้นตอนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ(ค่าเฉลี่ย 4.31), มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.19), ทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือ โดยวิธี SMS(ค่าเฉลี่ย 4.08) , สมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก(ค่าเฉลี่ย 3.99) และ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อก่อนไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชื่อเสียงของธนาคาร	239 (59.75)	124 (31.00)	33 (8.25)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.50 0.69	1 มากที่สุด
บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม	175 (43.75)	151 (37.75)	58 (14.50)	12 (3.00)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.20 0.87	2 มาก
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย	135 (33.75)	202 (50.50)	51 (12.75)	12 (3.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.15 0.75	3 มาก
การจัดวางอุปกรณ์ เช่น แผ่นพับบริการ, ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆและของกำนัลที่ใช้ส่งเสริมการขาย	128 (32.00)	208 (52.00)	48 (12.00)	12 (3.00)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.11 0.80	4 มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคารเช่นมีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ	137 (34.25)	175 (43.75)	70 (17.50)	9 (2.25)	9 (2.25)	400 (100.00)	4.06 0.90	5 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.20 0.70	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 4.20) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.50), บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยสวยงาม(ค่าเฉลี่ย 4.20), เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย(ค่าเฉลี่ย 4.15), การจัดวางอุปกรณ์ เช่น แผ่นพับบริการป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลที่ใช้ส่งเสริมการขาย(ค่าเฉลี่ย 4.11) และ สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต Speedy

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	0.45	มาก	2
ด้านราคา	4.09	0.55	มาก	5
ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27	0.64	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	0.63	มาก	7
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.34	0.59	มาก	1
ด้านขั้นตอนการให้บริการ	4.08	0.64	มาก	6
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.20	0.70	มาก	4
รวม	4.17	0.44	มาก	

จากตาราง 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.34) มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคล ที่ไม่มีหลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14

ตาราง 4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ	65 (16.25)	188 (47.00)	115 (28.75)	28 (7.00)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.71 0.86	1 มาก
รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป	49 (12.25)	141 (35.25)	145 (36.25)	56 (14.00)	9 (2.25)	400 (100.00)	3.41 0.95	2 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.56 0.84	มาก

จากตาราง 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.56) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.71) มากที่สุด รองลงมาคือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป(ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ตาราง 4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น	67 (16.75)	122 (30.50)	161 (40.25)	41 (10.25)	9 (2.25)	400 (100.00)	3.49 0.96	1 ปานกลาง
มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากรแสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป	43 (10.75)	112 (28.00)	151 (37.75)	70 (17.50)	24 (6.00)	400 (100.00)	3.20 1.04	3 ปานกลาง
จำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระสูงหรือมากกว่าธนาคารอื่น	25 (6.25)	109 (27.25)	165 (41.25)	59 (14.75)	42 (10.50)	400 (100.00)	3.04 1.05	4 ปานกลาง
เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคารเช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส	41 (10.25)	115 (28.75)	146 (36.50)	84 (21.00)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.21 1.00	2 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.23 0.86	ปานกลาง

จากตาราง 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.23) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น(ค่าเฉลี่ย 3.49), เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคารเช่นเคาน์เตอร์เซอร์วิส(ค่าเฉลี่ย 3.21), มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากรแสตมป์ร้อยละ0.05ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป(ค่าเฉลี่ย 3.20) และจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระสูง/มากกว่าธนาคารอื่น(ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

ตาราง 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง	40 (10.00)	97 (24.25)	112 (28.00)	105 (26.25)	46 (11.50)	400 (100.00)	2.95 1.17	3 ปานกลาง
ช่องทางในการให้บริการชำระเงินคืนมีน้อยเกินไป	33 (8.25)	92 (23.00)	146 (36.50)	94 (23.50)	35 (8.75)	400 (100.00)	2.99 1.07	2 ปานกลาง
เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก	56 (14.00)	127 (31.75)	108 (27.00)	82 (20.50)	27 (6.75)	400 (100.00)	3.26 1.14	1 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.06 1.00	ปานกลาง

จากตาราง 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.06) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก(ค่าเฉลี่ย 3.26), ช่องทางในการให้บริการชำระเงินคืนมีน้อยเกินไป(ค่าเฉลี่ย 2.99) และทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง(ค่าเฉลี่ย 2.95) ตามลำดับ

ตาราง 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ข้อมูลสารสนเทศ ล้ำสมัยและและไม่ ครบถ้วน	29 (7.25)	111 (27.75)	91 (22.75)	127 (31.75)	42 (10.50)	400 (100.00)	2.90 1.14	(4) (ปานกลาง)
ไม่มีโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่างๆหรือมีน้อย	18 (4.50)	101 (25.25)	135 (33.75)	122 (30.50)	24 (6.00)	400 (100.00)	2.92 0.97	(3) (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงาน ธนาคารออกไป แนะนำบริการ	13 (3.25)	111 (27.75)	104 (26.00)	111 (27.75)	61 (15.25)	400 (100.00)	2.76 1.11	(5) (ปานกลาง)
ของก้านัลที่แจกไม่ น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า	96 (24.00)	117 (29.25)	70 (17.50)	98 (24.50)	19 (4.75)	400 (100.00)	3.43 1.23	(1) (ปานกลาง)
รายการส่งเสริมการ ขายไม่น่าสนใจเช่น อัตราดอกเบี้ยพิเศษ ไม่จูงใจ	74 (18.50)	131 (32.75)	78 (19.50)	94 (23.50)	23 (5.75)	400 (100.00)	3.35 1.19	(2) (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม							3.07 0.93	(ปานกลาง)

จากตาราง 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ของก้าน้ำที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.43), รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่น อัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.92), ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย/ไม่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.90) และไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

ตาราง 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน

ปัจจัยด้านการให้บริการ ของพนักงาน	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน	31 (7.75)	86 (21.50)	120 (30.00)	137 (34.25)	26 (6.50)	400 (100.00)	2.90 1.06	1 ปานกลาง
พนักงานขาดความรู้ความสามารถ ความชำนาญและการแก้ไขปัญหาล่าช้า	27 (6.75)	76 (19.00)	129 (32.25)	127 (32.25)	41 (10.25)	400 (100.00)	2.80 1.07	2 ปานกลาง
พนักงานไม่มีน้ำใจขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง/ไม่มีมารยาท	14 (3.50)	67 (16.75)	106 (26.50)	128 (32.00)	85 (21.25)	400 (100.00)	2.49 1.1	4 น้อย
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค	8 (2.00)	87 (21.75)	102 (25.50)	123 (30.75)	80 (20.00)	400 (100.00)	2.55 1.09	3 ปานกลาง
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	22 (5.50)	60 (15.00)	92 (23.00)	131 (32.75)	95 (23.75)	400 (100.00)	2.46 1.17	5 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.64 1.01	ปานกลาง

จากตาราง 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.64) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 2.90), พนักงานขาดความรู้ความสามารถความชำนาญและการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า(ค่าเฉลี่ย 2.80), พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค(ค่าเฉลี่ย 2.55), พนักงานไม่มีน้ำใจขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท(ค่าเฉลี่ย 2.49)และพนักงานขาดความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 2.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	54 (13.50)	99 (24.75)	109 (27.75)	119 (29.75)	19 (4.75)	400 (100.00)	3.13 1.12	2 ปานกลาง
มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน	61 (15.25)	120 (30.00)	103 (25.75)	93 (23.25)	23 (5.75)	400 (100.00)	3.26 1.14	1 ปานกลาง
ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ	46 (11.50)	100 (25.00)	92 (23.00)	125 (31.25)	37 (9.25)	400 (100.00)	2.98 1.18	3 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.12 1.08	ปานกลาง

จากตาราง 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.12) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ มีขั้นตอนการ

อนุมัติสินเชื่อที่อยู่อาศัยซบซ้อน(ค่าเฉลี่ย 3.26) การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อ(ค่าเฉลี่ย 3.13) และไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ(ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

ตาราง 4.16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความรุนแรงของปัญหา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ผล
ชื่อเสียงของธนาคารไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า	4 (1.00)	54 (13.50)	89 (22.25)	124 (31.00)	129 (32.25)	400 (100.00)	2.20 1.07	5 น้อย
สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาด	0 (0.00)	81 (20.25)	72 (18.00)	126 (31.50)	121 (30.25)	400 (100.00)	2.28 1.10	4 น้อย
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย	4 (1.00)	67 (16.75)	97 (24.25)	126 (31.50)	106 (26.50)	400 (100.00)	2.34 1.07	3 น้อย
ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์ เช่นแผ่นพับบริการ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ และของกำนัลส่งเสริมการขาย	14 (3.50)	46 (11.50)	99 (24.75)	148 (37.00)	93 (23.25)	400 (100.00)	2.35 1.07	2 น้อย
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคารเช่นมีที่นั่งรอมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านหรือมีน้ำดื่มให้บริการ	4 (1.00)	66 (16.50)	98 (24.50)	146 (36.50)	86 (21.50)	400 (100.00)	2.39 1.03	1 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.31 1.00	น้อย

จากตาราง 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.31) ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคารเช่นมีที่นั่งรอมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านหรือน้ำดื่มให้บริการ(ค่าเฉลี่ย2.39) ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่นแผ่นพับบริการป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆ และของกำนัลที่ใช้ส่งเสริมการขาย(ค่าเฉลี่ย 2.35) เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานล้ำสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.34) สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาด(ค่าเฉลี่ย2.28)และชื่อเสียงของธนาคารไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.20) ตามลำดับ

ตาราง 4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	0.84	มาก	1
ด้านราคา	3.23	0.86	ปานกลาง	2
ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	3.06	1.00	ปานกลาง	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.07	0.93	ปานกลาง	4
ด้านการให้บริการของพนักงาน	2.64	1.01	ปานกลาง	6
ด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.12	1.08	ปานกลาง	3
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.31	1.00	น้อย	7
รวม	3.00	0.78	ปานกลาง	

จากตาราง 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลประเภท Speedy กับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.56) มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัย ด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 3.23) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.12) ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.07) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 3.06) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 2.64) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่ไม่มี หลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 จำแนกตามอาชีพ และรายได้

ตาราง 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	รับจ้างทั่วไป
	(n = 58)	(n = 112)	(n = 170)	(n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ไม่ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	4.83 0.38 (มากที่สุด)	4.67 0.48 (มากที่สุด)	4.57 0.67 (มากที่สุด)	4.72 0.45 (มากที่สุด)
วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง	4.66 0.48 (มากที่สุด)	4.67 0.48 (มากที่สุด)	4.51 0.70 (มากที่สุด)	4.59 0.58 (มากที่สุด)
กำหนดวงเงินอนุมัติให้สามารถผ่อนชำระได้โดยไม่เกินความสามารถ (3.5 เท่าของรายได้)	3.76 0.74 (มาก)	4.40 0.65 (มาก)	3.75 0.85 (มาก)	3.77 0.95 (มาก)
กำหนดวงเงินสูงสุดที่เพียงพอต่อการนำไปใช้จ่าย (750,000 บาท)	3.74 0.74 (มาก)	4.39 0.77 (มาก)	3.95 0.82 (มาก)	4.12 0.71 (มาก)
สามารถเลือกเป็นวงเงินหมุนเวียนหรือวงเงินกู้แบบมีกำหนดระยะเวลาได้	4.41 0.50 (มาก)	4.33 0.64 (มาก)	3.94 0.71 (มาก)	4.17 0.68 (มาก)
สามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา	4.50 0.66 (มากที่สุด)	4.58 0.50 (มากที่สุด)	4.49 0.68 (มาก)	4.64 0.57 (มากที่สุด)
มีระยะเวลาในการกำหนดให้ชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยที่ชัดเจน	4.17 0.70 (มาก)	4.60 0.5 (มากที่สุด)	4.25 0.75 (มาก)	4.31 0.68 (มาก)
รวม	4.30 0.42 (มาก)	4.52 0.48 (มากที่สุด)	4.21 0.43 (มาก)	4.33 0.44 (มาก)

จากตาราง 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.83) รองลงมาคือ วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.66) และสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50)

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือ วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) และสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60)

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51)) และสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ สามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) และวงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพ ให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	รับจ้างทั่วไป
	(n = 58)	(n = 112)	(n = 170)	(n = 60)
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	
มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่ เป็นไปตามกฎหมาย (28% ต่อปี)	3.62 1.18 (มาก)	4.05 0.97 (มาก)	3.49 1.03 (ปานกลาง)	3.47 1.16 (มากที่สุด)
การกำหนดค่าอากรแสตมป์ร้อยละ 0.05ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติ โดยชำระครั้งเดียว	3.72 0.83 (มาก)	4.04 0.87 (มาก)	3.51 1.05 (มาก)	3.43 1.03 (ปานกลาง)
สามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดย ชำระเงินสดขั้นต่ำ5%หรือชำระเต็ม จำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้ บัตรเครดิต	4.31 0.63 (มาก)	4.33 0.48 (มาก)	4.11 0.77 (มาก)	4.16 0.61 (มาก)
ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า, รายปีและการใช้วงเงิน	4.57 0.65 (มากที่สุด)	4.82 0.38 (มากที่สุด)	4.72 0.57 (มากที่สุด)	4.67 0.63 (มากที่สุด)
ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่ จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่นหักบัญชีธนาคาร	4.50 0.65 (มากที่สุด)	4.75 0.43 (มากที่สุด)	4.60 0.64 (มากที่สุด)	4.66 0.63 (มากที่สุด)
มีการเรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงิน ที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคาร กำหนดที่เป็นภายนอกเครือข่ายของ ธนาคารเช่นเคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.93 1.15 (มาก)	3.98 0.58 (มาก)	3.79 0.99 (มาก)	3.62 1.04 (มาก)
รวม	4.11 0.57 (มาก)	4.33 0.43 (มาก)	4.04 0.55 (มาก)	4.00 0.55 (มาก)

จากตาราง 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัดตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีและการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปี และการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร, ATM, เคาน์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.75) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

พนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีและการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร, ATM, เคาน์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า, รายปีและการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร, ATM, เคาน์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.66) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้าน
ราคา 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม
อาชีพ

	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ความสามารถในการสมัครใช้ บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ	4.17 0.70 (มาก)	4.67 0.48 (มากที่สุด)	4.26 0.86 (มาก)	4.17 0.83 (มาก)
ความสามารถในการสมัครใช้ บริการผ่าน Direct Mail หรือ Call Center	3.69 0.94 (มาก)	4.37 0.82 (มาก)	3.80 1.02 (มาก)	3.88 0.97 (มาก)
สามารถถอนเงินสดผ่าน เครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่ว ประเทศ	4.38 0.72 (มาก)	4.77 0.57 (มากที่สุด)	4.49 0.76 (มาก)	4.50 0.69 (มากที่สุด)
มีช่องทางการชำระเงินคืนได้ หลายช่องทางตามความ สะดวกของผู้ใช้บริการทั้ง ภายในเครือข่ายและภายนอก เครือข่ายของธนาคาร	4.36 0.61 (มาก)	4.54 0.83 (มากที่สุด)	4.38 0.76 (มาก)	4.36 0.90 (มาก)
รวม	4.15 0.59 (มาก)	4.59 0.61 (มากที่สุด)	4.23 0.64 (มาก)	4.23 0.61 (มาก)

จากตาราง 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัดตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และ ความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.59) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมาคือ ความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) และมีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54)

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือมีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36)) และความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	รับจ้างทั่วไป
	(n = 58)	(n = 112)	(n = 170)	(n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์, แผ่นพับ, วิทยุ ทัศน์	3.88 0.75 (มาก)	4.04 0.37 (มาก)	3.84 0.78 (มาก)	3.91 0.62 (มาก)
การมีพนักงานธนาคารออกไป แนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือ ที่บ้านของลูกค้า	3.91 0.87 (มาก)	4.40 0.65 (มาก)	3.97 0.87 (มาก)	4.08 0.56 (มาก)
การมีของกำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้ วงเงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลัง จากที่ได้รับการอนุมัติบัตร	3.53 1.19 (มาก)	4.16 1.35 (มาก)	3.93 0.90 (มาก)	3.76 1.13 (มาก)
รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตรา ดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย ปกติ	3.90 0.78 (มาก)	3.96 0.93 (มาก)	3.85 0.94 (มาก)	3.94 0.77 (มาก)
รวม	3.81 0.66 (มาก)	4.14 0.56 (มาก)	3.90 0.63 (มาก)	3.92 0.50 (มาก)

จากตาราง 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับวีดิทัศน์ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88)

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ การมีของกำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้วงเงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลังจากที่ได้รับการอนุมัติบัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับวีดิทัศน์ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04)

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ การมีของกำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้วงเงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลังจากที่ได้รับการอนุมัติบัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และรายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์, แผ่นพับ, วีดิทัศน์ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพ ให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามอาชีพ

ด้านการให้บริการของพนักงาน	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
พนักงานธนาคารสามารถให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	3.91 0.78 (มาก)	4.58 0.50 (มากที่สุด)	4.20 0.70 (มาก)	4.31 0.73 (มาก)
ความรู้ความสามารถความชำนาญและการแก้ไขปัญหาของพนักงานธนาคาร	3.93 0.77 (มาก)	4.53 0.50 (มากที่สุด)	4.22 0.73 (มาก)	4.21 0.69 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร	4.28 0.79 (มาก)	4.60 0.62 (มากที่สุด)	4.48 0.72 (มาก)	4.58 0.59 (มากที่สุด)
พนักงานธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.00 0.56 (มาก)	4.44 0.63 (มาก)	4.36 0.76 (มาก)	4.48 0.66 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร	4.26 0.58 (มาก)	4.58 0.62 (มากที่สุด)	4.33 0.69 (มาก)	4.40 0.66 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร	4.34 0.61 (มาก)	4.61 0.62 (มากที่สุด)	4.44 0.74 (มาก)	4.50 0.65 (มากที่สุด)
รวม	4.12 0.56 (มาก)	4.56 0.50 (มากที่สุด)	4.34 0.61 (มาก)	4.41 0.53 (มาก)

จากตาราง 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน การให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสด เอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) และความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย4.26)

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.56) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) และความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.58)

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) และพนักงานธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.41) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) และพนักงานธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพ ให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการให้บริการของพนักงาน 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านขั้นตอนการให้บริการจำแนกตามอาชีพ

ด้านขั้นตอนการให้บริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ	4.02 0.40 (มาก)	4.43 0.50 (มาก)	4.15 0.69 (มาก)	4.23 0.50 (มาก)
สมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	3.86 0.69 (มาก)	4.28 0.73 (มาก)	3.91 0.94 (มาก)	4.03 0.92 (มาก)
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.81 0.81 (มาก)	4.00 0.76 (มาก)	3.67 1.03 (มาก)	3.88 0.92 (มาก)
ทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือ โดยวิธี SMS	3.81 0.81 (มาก)	4.03 0.54 (มาก)	4.02 0.86 (มาก)	4.07 0.85 (มาก)
สามารถเลือกรับบัตรSpeedyที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	4.24 0.43 (มาก)	4.44 0.50 (มาก)	4.31 0.70 (มาก)	4.27 0.72 (มาก)
รวม	3.95 0.47 (มาก)	4.24 0.43 (มาก)	4.01 0.66 (มาก)	4.09 0.63 (มาก)

จากตาราง 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน ขั้นตอนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) และสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือโดยวิธี SMS ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) และทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือโดยวิธี SMS ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพ ให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้าน ขั้นตอนการให้บริการ 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.43 0.50 (มาก)	4.60 0.75 (มากที่สุด)	4.47 0.72 (มาก)	4.46 0.50 (มาก)
บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัย และสวยงาม	4.16 0.70 (มาก)	4.44 0.76 (มาก)	4.17 0.93 (มาก)	4.36 0.69 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ทันสมัย	4.17 0.68 (มาก)	4.33 0.64 (มาก)	4.11 0.79 (มาก)	4.20 0.63 (มาก)
การจัดวางอุปกรณ์เช่นแผ่นพับบริการ ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆและ ของก้านที่ใช้ส่งเสริมการขาย	4.33 0.47 (มาก)	4.26 0.72 (มาก)	4.04 0.87 (มาก)	4.21 0.51 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายใน ธนาคารเช่นมีที่นั่งรอ,มีหนังสือพิมพ์ ให้อ่านหรือมีน้ำดื่มให้บริการ	3.83 0.92 (มาก)	4.42 0.76 (มาก)	4.08 0.82 (มาก)	4.19 0.83 (มาก)
รวม	4.18 0.56 (มาก)	4.41 0.67 (มาก)	4.17 0.73 (มาก)	4.28 0.56 (มาก)

จากตาราง 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดออนไลน์ประเภท Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัดตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ การจัดวางอุปกรณ์เช่นแผ่นพับบริการ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลที่ใช้ส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) และเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) และเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ บรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และการจัดวางอุปกรณ์เช่นแผ่นพับบริการ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลที่ใช้ส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามอาชีพให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.25 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	รับจ้างทั่วไป
	(n = 58)	(n = 112)	(n = 170)	(n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.30 0.42 (มาก)	4.52 0.48 (มากที่สุด)	4.21 0.43 (มาก)	4.33 0.44 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.11 0.57 (มาก)	4.33 0.43 (มาก)	4.04 0.55 (มาก)	4.00 0.55 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	4.15 0.59 (มาก)	4.59 0.61 (มากที่สุด)	4.23 0.64 (มาก)	4.23 0.61 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81 0.66 (มาก)	4.14 0.56 (มาก)	3.90 0.63 (มาก)	3.92 0.50 (มาก)
ปัจจัยด้านการให้บริการของ พนักงาน	4.12 0.56 (มาก)	4.56 0.50 (มากที่สุด)	4.34 0.61 (มาก)	4.41 0.53 (มาก)
ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.95 0.47 (มาก)	4.24 0.43 (มากที่สุด)	4.01 0.66 (มาก)	4.09 0.63 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.18 0.56 (มาก)	4.41 0.67 (มาก)	4.17 0.74 (มาก)	4.28 0.56 (มาก)
รวม	4.09 0.32 (มาก)	4.39 0.40 (มาก)	4.13 0.46 (มาก)	4.18 0.50 (มาก)

จากตาราง 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44)ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 4.41) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.33) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.24) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.14) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13)ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.01) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.18)ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตาราง 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน	4.63 0.63 (มากที่สุด)	4.51 0.50 (มากที่สุด)	4.87 0.34 (มากที่สุด)	4.55 0.76 (มากที่สุด)
วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง	4.63 0.62 (มากที่สุด)	4.37 0.61 (มาก)	4.67 0.48 (มากที่สุด)	4.49 0.69 (มาก)
กำหนดวงเงินอนุมัติให้สามารถผ่อนชำระได้โดยไม่เกินความสามารถ (3.5 เท่าของรายได้)	3.97 0.63 (มาก)	3.68 0.93 (มาก)	4.06 0.59 (มาก)	3.68 0.60 (มาก)
กำหนดวงเงินสูงสุดที่เพียงพอต่อการนำไปใช้จ่าย (750,000 บาท)	3.99 0.92 (มาก)	3.93 0.76 (มาก)	4.06 0.8 (มาก)	4.01 0.60 (มาก)
สามารถเลือกเป็นวงเงินหมุนเวียนหรือวงเงินกู้แบบมีกำหนดระยะเวลาได้	4.19 0.72 (มาก)	3.87 0.6 (มาก)	4.10 0.62 (มาก)	3.99 0.73 (มาก)
สามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา	4.52 0.66 (มากที่สุด)	4.57 0.50 (มากที่สุด)	4.59 0.73 (มากที่สุด)	4.37 0.67 (มาก)
มีรอบเวลาในการกำหนดให้ชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยที่ชัดเจน	4.42 0.72 (มาก)	4.31 0.59 (มาก)	4.30 0.71 (มาก)	4.01 0.76 (มาก)
รวม	4.34 0.49 (มาก)	4.18 0.41 (มาก)	4.37 0.37 (มาก)	4.15 0.42 (มาก)

จากตาราง 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ รายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยมีปัจจัยย่อยด้านไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน และ วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) และวงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.87) รองลงมาคือ วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) และสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59)

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่ต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือ วงเงินหมุนเวียนพร้อมใช้ 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสามารถชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามรายได้

ด้านราคา	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ย สูงสุดที่เป็นไปตามกฎหมาย (28% ต่อปี)	3.72 0.99 (มาก)	2.91 1.10 (ปานกลาง)	3.86 0.99 (มาก)	3.91 0.96 (มาก)
การกำหนดค่าอัตรแสดมปี ร้อยละ0.05ของวงเงินที่ได้รับ การอนุมัติโดยชำระครั้งเดียว	3.67 1.04 (มาก)	3.37 1.18 (ปานกลาง)	3.70 0.96 (มาก)	3.64 0.96 (มาก)
สามารถเลือกวิธีการชำระเงิน ได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตาม ใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร	4.32 0.69 (มาก)	4.05 0.57 (มาก)	4.22 0.55 (มาก)	3.73 0.95 (มาก)
ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรก เข้า,รายปีและการใช้วงเงิน	4.75 0.53 (มากที่สุด)	4.56 0.62 (มากที่สุด)	4.71 0.71 (มากที่สุด)	4.76 0.43 (มากที่สุด)
ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระ เงินที่จุดบริการรับชำระที่ ธนาคารกำหนดเฉพาะภายใน เครือข่ายของธนาคารเช่นหัก บัญชีธนาคาร	4.64 0.63 (มากที่สุด)	4.55 0.62 (มากที่สุด)	4.67 0.59 (มากที่สุด)	4.65 0.58 (มากที่สุด)
มีการเรียกเก็บค่าบริการเมื่อ ชำระเงินที่จุดบริการรับชำระ ที่ธนาคารกำหนดที่เป็น ภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่นเคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.90 1.00 (มาก)	3.61 1.14 (มาก)	4.10 0.47 (มาก)	3.72 0.93 (มาก)
รวม	4.17 0.5 (มาก)	3.84 0.54 (มาก)	4.21 0.51 (มาก)	4.06 0.61 (มาก)

จากตาราง 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ รายได้ 10,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีและการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร ATM เคา์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปี และการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร ATM เคา์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า, รายปีและการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร ATM เคา์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) และสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้โดยชำระเงินสดขั้นต่ำ 5% หรือชำระเต็มจำนวนเงินตามใบแจ้งยอดรายการใช้บัตร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีและการใช้วงเงิน ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมาคือ ไม่เรียกเก็บค่าบริการเมื่อชำระเงินที่จุดบริการรับชำระที่ธนาคารกำหนด เฉพาะภายในเครือข่ายของธนาคาร เช่น หักบัญชีธนาคาร ATM เคา์เตอร์ธนาคาร และ Internet ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.65) และมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่เป็นไปตามกฎหมาย (28% ต่อปี) ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคา 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

	รายได้			
	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001 บาทขึ้นไป
	บาท (n = 187)	บาท (n = 75)	บาท (n = 63)	บาท (n = 75)
ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ความสามารถในการสมัคร ใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ	4.20 0.89 (มาก)	4.49 0.50 (มาก)	4.43 0.73 (มาก)	4.31 0.82 (มาก)
ความสามารถในการสมัคร ใช้บริการผ่าน Direct Mail หรือ Call Center	3.94 0.98 (มาก)	3.88 0.85 (มาก)	4.22 0.85 (มาก)	3.39 1.07 (ปานกลาง)
สามารถถอนเงินสดผ่าน เครื่อง ATM ได้ทุกธนาคาร ทั่วประเทศ	4.55 0.66 (มากที่สุด)	4.64 0.58 (มากที่สุด)	4.73 0.57 (มากที่สุด)	4.19 1.00 (มาก)
มีช่องทางการชำระเงินคืนได้ หลายช่องทางตามความ สะดวกของผู้ใช้บริการทั้ง ภายในเครือข่ายและภายนอก เครือข่ายของธนาคาร	4.38 0.81 (มาก)	4.39 0.75 (มาก)	4.51 0.62 (มากที่สุด)	4.28 0.72 (มาก)
รวม	4.27 0.59 (มาก)	4.35 0.55 (มาก)	4.47 0.62 (มาก)	4.04 0.76 (มาก)

จากตาราง 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) โดยมีปัจจัยย่อยด้านสามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมาคือ ความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) และมีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) และความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถในการสมัครใช้บริการผ่านสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินคืนได้หลายช่องทางตามความสะดวกของผู้ใช้บริการทั้งภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่ายของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) และสามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกธนาคารทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์, แผ่นพับ, วิทยุ ทัศน์	4.03 0.72 (มาก)	3.81 0.63 (มาก)	3.94 0.59 (มาก)	3.53 0.84 (มาก)
การมีพนักงานธนาคารออกไป แนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือ ที่บ้านของลูกค้า	4.24 0.77 (มาก)	3.99 0.71 (มาก)	4.02 0.77 (มาก)	3.52 0.97 (มาก)
การมีของกำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้ วงเงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลัง จากที่ได้รับการอนุมัติบัตร	4.18 0.80 (มาก)	3.35 1.20 (ปานกลาง)	4.13 0.75 (มาก)	3.51 1.15 (มาก)
รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตรา ดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย ปกติ	3.83 0.94 (มาก)	3.83 0.95 (มาก)	4.29 0.71 (มาก)	3.71 0.91 (มาก)
รวม	4.07 0.54 (มาก)	3.74 0.62 (มาก)	4.09 0.56 (มาก)	3.56 0.68 (มาก)

จากตาราง 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก

(ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ การมีของก้ำนัลให้ลูกค้าที่มีการใช้วงเงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลัง จากที่ได้รับการอนุมัติบัตร ให้มีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) และการ โฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น โปสเตอร์แผ่นพับวีดิทัศน์ ให้มีความสำคัญในระดับ ความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย4.03)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้มีความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้มีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือรายการส่งเสริมการขายที่ให้ อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)และการ โฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น โปสเตอร์แผ่นพับวีดิทัศน์ ให้มีความสำคัญในระดับ ความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย4.03)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้มีความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ ให้มีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ การมีของก้ำนัลให้ลูกค้าที่มี การใช้วงเงินภายใน 1 เดือนแรกภายหลังจากการได้รับการอนุมัติบัตร ให้มีความสำคัญในระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงาน หรือที่บ้านลูกค้า ให้มีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ให้มีความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน รายการส่งเสริมการขายที่ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติให้ ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือการ โฆษณาผ่านสื่อ ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วีดิทัศน์ ให้มีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการที่สถานที่ทำงานหรือที่บ้านลูกค้า ให้มีความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญของ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามรายได้

	รายได้			
	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001 บาทขึ้นไป
	บาท (n = 187)	บาท (n = 75)	บาท (n = 63)	บาท (n = 75)
ด้านการให้บริการของพนักงาน	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
พนักงานธนาคารสามารถให้ คำแนะนำอย่างถูกต้องและเข้าใจ ง่าย	4.45 0.58 (มาก)	4.27 0.45 (มาก)	4.37 0.73 (มาก)	3.53 0.77 (มาก)
ความรู้ความสามารถความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาของพนักงาน ธนาคาร	4.38 0.61 (มาก)	4.21 0.53 (มาก)	4.44 0.62 (มาก)	3.60 0.85 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของพนักงาน ธนาคาร	4.65 0.63 (มากที่สุด)	4.33 0.58 (มาก)	4.67 0.59 (มากที่สุด)	4.05 0.89 (มาก)
พนักงานธนาคารให้บริการลูกค้า อย่างเสมอภาค	4.59 0.58 (มากที่สุด)	4.15 0.69 (มาก)	4.46 0.62 (มาก)	3.72 0.74 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงานธนาคาร	4.47 0.63 (มาก)	4.39 0.59 (มาก)	4.44 0.62 (มาก)	4.03 0.75 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของพนักงาน ธนาคาร	4.57 0.62 (มากที่สุด)	4.56 0.59 (มากที่สุด)	4.54 0.62 (มากที่สุด)	4.04 0.89 (มาก)
รวม	4.51 0.48 (มากที่สุด)	4.32 0.45 (มาก)	4.48 0.55 (มาก)	3.82 0.69 (มาก)

จากตาราง 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน การให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมาคือพนักงานธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) และความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) และความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54) และพนักงานธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46)

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและมารยาทที่ดีของพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการให้บริการของพนักงาน 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านขั้นตอนการให้บริการ จำแนกตามรายได้

ด้านขั้นตอนการให้บริการ	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน ในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้ บริการ	4.35 0.56 (มาก)	4.17 0.65 (มาก)	4.16 0.52 (มาก)	3.84 0.77 (มาก)
สมัครง่ายด้วยเอกสาร ประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก	4.05 0.96 (มาก)	4.13 0.78 (มาก)	3.87 0.66 (มาก)	3.79 0.93 (มาก)
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.94 1.01 (มาก)	3.72 1.03 (มาก)	3.87 0.87 (มาก)	3.64 0.96 (มาก)
ทราบผลอนุมัติเร็วทาง โทรศัพท์มือถือ โดยวิธี SMS	4.26 0.78 (มาก)	3.83 0.79 (มาก)	4.37 0.63 (มาก)	3.65 0.96 (มาก)
สามารถเลือกรับบัตรSpeedyที่ บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ	4.36 0.71 (มาก)	4.25 0.55 (มาก)	4.52 0.50 (มากที่สุด)	4.08 0.71 (มาก)
รวม	4.19 0.63 (มาก)	4.02 0.63 (มาก)	4.16 0.52 (มาก)	3.80 0.68 (มาก)

จากตาราง 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน ขั้นตอนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) และทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือ โดยวิธี SMS ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาคือ มีทราบผลอนุมัติเร็วทางโทรศัพท์มือถือ โดยวิธี SMS ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) และมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สามารถเลือกรับบัตร Speedy ที่บ้านหรือที่ธนาคารได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในคุณสมบัติของผู้ที่สมัครใช้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และสมัครง่ายด้วยเอกสารประกอบการสมัครที่ไม่ยุ่งยาก ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญองปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการให้บริการ 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.57 0.58 (มากที่สุด)	4.56 0.70 (มากที่สุด)	4.63 0.70 (มากที่สุด)	4.12 0.92 (มาก)
บรรยากาศและการตกแต่งที่ ทันสมัยและสวยงาม	4.34 0.71 (มาก)	4.36 0.78 (มาก)	4.35 0.63 (มาก)	3.60 1.17 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ทันสมัย	4.38 0.69 (มาก)	4.16 0.64 (มาก)	4.29 0.58 (มาก)	3.71 0.95 (มาก)
การจัดวางอุปกรณ์เช่นแผ่นพับ บริการ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวน ต่างๆและของกำนัลที่ใช้ส่งเสริม การขาย	4.26 0.66 (มาก)	4.12 0.59 (มาก)	4.29 0.71 (มาก)	3.59 1.11 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณ ภายในธนาคารเช่นมีที่นั่งรอ,มี หนังสือพิมพ์ให้อ่านหรือมีน้ำดื่ม ให้บริการ	4.16 0.85 (มาก)	3.07 0.87 (ปานกลาง)	4.43 0.62 (มาก)	3.56 1.03 (มาก)
รวม	4.32 0.58 (มาก)	4.23 0.62 (มาก)	4.39 0.55 (มาก)	3.71 0.93 (มาก)

จากตาราง 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยมีปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.38) และบรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือบรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.16)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในธนาคาร เช่น มีที่นั่งรอมีหนังสือพิมพ์ให้อ่านมีน้ำดื่มให้บริการ ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 4.43) และบรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของธนาคาร ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 3.71) และบรรยากาศและการตกแต่งที่ทันสมัยและสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก(ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความสำคัญองปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.33 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.34 0.49 (มาก)	4.18 0.41 (มาก)	4.37 0.37 (มาก)	4.15 0.42 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.17 0.50 (มาก)	3.84 0.54 (มาก)	4.21 0.51 (มาก)	4.06 0.61 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27 0.59 (มาก)	4.35 0.55 (มาก)	4.47 0.62 (มาก)	4.04 0.76 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.07 0.48 (มาก)	3.74 0.62 (มาก)	4.09 0.56 (มาก)	3.56 0.68 (มาก)
ปัจจัยด้านการให้บริการของ พนักงาน	4.51 0.48 (มากที่สุด)	4.32 0.45 (มาก)	4.48 0.55 (มาก)	3.82 0.69 (มาก)
ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ	4.19 0.63 (มาก)	4.02 0.63 (มาก)	4.16 0.52 (มาก)	3.80 0.68 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.32 0.58 (มาก)	4.23 0.62 (มาก)	4.39 0.55 (มาก)	3.71 0.93 (มาก)
รวม	4.27 0.41 (มาก)	4.09 0.32 (มาก)	4.31 0.44 (มาก)	3.88 0.46 (มาก)

จากตาราง 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) คือปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.17) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.84) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

รายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.47) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ 14 จำแนกตาม อาชีพ และรายได้

ตาราง 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคาร อนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรง กับความต้องการ	3.88 0.95 (มาก)	3.35 0.91 (ปานกลาง)	3.75 0.91 (มาก)	3.56 0.52 (มาก)
รอบเวลาในการชำระคืนเงิน ต้นและดอกเบี้ยสิ้นเกินไป	3.62 1.25 (มาก)	3.26 0.89 (ปานกลาง)	3.41 0.89 (ปานกลาง)	3.00 0.35 (ปานกลาง)
รวม	3.75 1.09 (มาก)	3.30 1.09 (มาก)	3.30 0.89 (ปานกลาง)	3.27 0.26 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อย ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสิ้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมา คือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา คือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมา คือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบการอาชีพ ให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	รับจ้างทั่วไป
	(n = 58)	(n = 112)	(n = 170)	(n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่า ธนาคารอื่น	3.55 1.04 (มาก)	3.26 0.83 (ปานกลาง)	3.54 0.97 (มาก)	3.00 0.35 (ปานกลาง)
มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากร แสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงิน ที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป	3.45 1.02 (ปานกลาง)	2.91 0.83 (ปานกลาง)	3.21 1.07 (ปานกลาง)	3.11 1.05 (ปานกลาง)
จำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ สูงหรือมากกว่าธนาคารอื่น	3.21 1.00 (ปานกลาง)	2.91 0.87 (ปานกลาง)	3.06 1.07 (ปานกลาง)	2.11 1.05 (น้อย)
เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระ เงินผ่านจุดบริการรับชำระ ภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.29 0.83 (ปานกลาง)	3.14 1.14 (ปานกลาง)	3.23 1.01 (ปานกลาง)	2.56 1.01 (ปานกลาง)
รวม	3.37 0.81 (ปานกลาง)	3.05 0.79 (ปานกลาง)	3.26 0.87 (ปานกลาง)	2.69 0.65 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีปัจจัยย่อย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอาหารแสดมปรี้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และเรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคารเช่นเคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.29)

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยมีปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมาคือ เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคารเช่นเคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยมีปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาคือ เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคารเช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23)และมีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอาหารแสดมปรี้อยละ0.05ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.21)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.69) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอาหารแสดมปรี้อยละ 0.05ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) รองลงมา คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) และเรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคารเช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบอาชีพให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก
 ตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง	2.97 1.00 (ปานกลาง)	2.60 0.77 (ปานกลาง)	3.03 1.26 (ปานกลาง)	2.56 0.52 (ปานกลาง)
ช่องทางในการให้บริการ ชำระเงินค้ำมีน้อยเกินไป	2.79 0.98 (ปานกลาง)	2.75 0.60 (ปานกลาง)	3.10 1.14 (ปานกลาง)	2.11 1.05 (น้อย)
เมื่อมีปัญหาการใช้บริการ ติดต่อกับCall Center ได้ยาก	2.98 0.92 (ปานกลาง)	2.95 1.14 (ปานกลาง)	3.40 1.13 (ปานกลาง)	2.67 1.58 (ปานกลาง)
รวม	2.91 0.80 (ปานกลาง)	2.76 0.65 (ปานกลาง)	3.17 1.07 (ปานกลาง)	2.44 1.05 (น้อย)

จากตาราง 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) โดยมีปัจจัยย่อย ด้าน เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของปัญหาปาน กลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ใน ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) และช่องทางในการให้บริการชำระเงินคีนมี น้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย2.79)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ใน ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) รองลงมา คือ ช่องทางในการให้บริการชำระ เงินคีนมีน้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75)และทำเลที่ตั้งของ จุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.60)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยมี ปัจจัยย่อยด้าน เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของ ปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมา คือ ช่องทางในการให้บริการชำระเงินคีนมีน้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่ สะดวกในการเดินทาง ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.03)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.44) โดยมีปัจจัยย่อย ด้าน เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของปัญหาปาน กลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ใน ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56)และช่องทางในการให้บริการชำระเงินคีนมี น้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย2.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบอาชีพ ให้คะแนนระดับความรุนแรงของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปรผล)
ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัยและ และไม่ครบถ้วน	2.90 1.28 (ปานกลาง)	2.25 0.60 (น้อย)	3.05 1.14 (ปานกลาง)	2.11 1.05 (น้อย)
ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆหรือมีน้อย	2.62 0.83 (ปานกลาง)	2.40 0.65 (น้อย)	3.10 1.03 (ปานกลาง)	2.56 0.52 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานธนาคารออกไป แนะนำบริการ	2.40 1.05 (น้อย)	2.23 0.92 (น้อย)	2.93 1.11 (ปานกลาง)	3.11 1.05 (ปานกลาง)
ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ ได้รับล่าช้า	4.10 0.87 (มาก)	2.72 1.23 (ปานกลาง)	3.47 1.21 (ปานกลาง)	2.56 0.52 (ปานกลาง)
รายการส่งเสริมการขายไม่ น่าสนใจเช่นอัตราดอกเบี้ย พิเศษไม่จูงใจ	3.64 1.26 (มาก)	2.72 0.99 (ปานกลาง)	3.46 1.15 (ปานกลาง)	2.11 1.05 (น้อย)
รวม	3.13 0.55 (ปานกลาง)	2.46 0.77 (น้อย)	3.20 0.97 (ปานกลาง)	2.48 0.84 (น้อย)

จากตาราง 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และอันดับต่อมาคือ ข้อมูลสารสนเทศคล้ายคลึงและไม่ครบถ้วน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.90)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.46) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า , รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.72) รองลงมา คือ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.40)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.46) และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.48) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) รองลงมาคือ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย ,ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบอาชีพ ให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาปัจจัยด้านการ ให้บริการของพนักงาน	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและ คำปรึกษาไม่ชัดเจน	2.90 0.76 (ปานกลาง)	2.23 0.56 (น้อย)	3.04 1.11 (ปานกลาง)	2.67 1.58 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาล่าช้า	2.95 1.22 (ปานกลาง)	2.16 0.36 (น้อย)	2.93 1.08 (ปานกลาง)	2.11 1.05 (น้อย)
พนักงานไม่มีน้ำใจจากมนุษย์ สัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง/ไม่มี มารยาท	2.47 1.12 (น้อย)	1.96 0.80 (น้อย)	2.62 1.12 (ปานกลาง)	2.11 1.05 (น้อย)
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่ เสมอภาค	2.53 1.03 (ปานกลาง)	1.88 0.75 (น้อย)	2.69 1.10 (ปานกลาง)	2.67 1.58 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	2.55 1.12 (ปานกลาง)	1.72 0.59 (น้อย)	2.62 1.20 (ปานกลาง)	1.56 0.52 (น้อย)
รวม	2.67 0.94 (ปานกลาง)	1.98 0.55 (น้อย)	2.77 1.03 (ปานกลาง)	2.22 1.15 (น้อย)

จากตาราง 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขาด ความรู้ความสามารถและการแก้ไขปัญหาล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหา ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) และพนักงานขาดความน่าเชื่อถือ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปาน กลาง(ค่าเฉลี่ย 2.55)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 1.98) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของ ปัญหาเล็กน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.23) รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ความสามารถและการแก้ไขปัญหา ล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.16) และพนักงานไม่มีน้ำใจขาดมนุษย สัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง/ไม่มีมารยาท ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.96)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยมี ปัจจัยย่อยด้าน พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปาน กลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) รองลงมาคือ พนักงานขาดความรู้ความสามารถและการแก้ไขปัญหาล่าช้า ใน ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.93) และพนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค ใน ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.22) โดยมีปัจจัยย่อย ด้าน พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมาคือ พนักงานขาดความรู้ความสามารถและการแก้ไขปัญหาล่าช้า , พนักงานไม่มีน้ำใจขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง/ไม่มีมารยาท ในระดับความรุนแรงของปัญหา น้อย (ค่าเฉลี่ย 2.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบอาชีพให้คะแนนระดับความรุนแรงของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านการให้บริการของพนักงาน 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านขั้นตอนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาปัจจัยด้านขั้นตอนการ ให้บริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	รับจ้างทั่วไป
	(n = 58)	(n = 112)	(n = 170)	(n = 60)
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	ส่วนเบี่ยงเบน	ส่วนเบี่ยงเบน	ส่วนเบี่ยงเบน	ส่วนเบี่ยงเบน
	มาตรฐาน	มาตรฐาน	มาตรฐาน	มาตรฐาน
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
การให้คำตอบในการอนุมัติ สินเชื่อล่าช้า	3.21 1.08 (ปานกลาง)	2.60 1.06 (ปานกลาง)	3.24 1.12 (ปานกลาง)	2.56 0.52 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.31 1.03 (ปานกลาง)	2.56 0.96 (ปานกลาง)	3.40 1.17 (ปานกลาง)	3.00 0.00 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่ อนุมัติให้ลูกค้าทราบ	3.21 1.16 (ปานกลาง)	2.05 0.74 (น้อย)	3.14 1.18 (ปานกลาง)	2.56 0.52 (ปานกลาง)
รวม	3.24 1.04 (ปานกลาง)	2.40 0.80 (ปานกลาง)	3.25 1.09 (ปานกลาง)	2.70 0.35 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านขั้นตอนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมา คือ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า , ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.40) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.60) รองลงมาคือ มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) และ ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.05)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) และ ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.70) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมาคือ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า , ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบอาชีพให้คะแนนระดับความรุนแรงของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการให้บริการ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนก
 ตามอาชีพ

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคารไม่เป็นที่ รู้จักของลูกค้า	2.28 0.91 (น้อย)	1.72 0.72 (น้อย)	2.27 1.11 (น้อย)	2.67 1.58 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบ และไม่รักษาความสะอาด	2.45 1.18 (น้อย)	1.79 0.88 (น้อย)	2.36 1.10 (น้อย)	2.11 1.05 (น้อย)
เครื่องมือและอุปกรณ์ สำนักงานล้าสมัย	2.36 1.02 (น้อย)	1.79 0.88 (น้อย)	2.46 1.09 (น้อย)	2.11 1.05 (น้อย)
ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการ, ป้าย สัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆและ ของก้านัดส่งเสริมการขาย	2.47 1.04 (น้อย)	1.72 0.72 (น้อย)	2.46 1.08 (น้อย)	2.11 1.05 (น้อย)
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณภายในธนาคารเช่นมีที่ นั่งรอมีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ	2.64 1.11 (ปานกลาง)	1.81 0.69 (น้อย)	2.47 1.02 (น้อย)	2.11 1.05 (น้อย)
รวม	2.43 0.97 (น้อย)	1.76 0.74 (น้อย)	2.40 1.01 (น้อย)	2.22 1.15 (น้อย)

จากตาราง 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.43) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอ, มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.64) รองลงมาคือ ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการ, ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลส่งเสริมการขาย ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.47) และสถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาด ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.45)

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 1.76) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย(ค่าเฉลี่ย 1.81) รองลงมา คือ สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาด เครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.79)

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.40) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอ, มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.47) รองลงมา คือ ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการ, ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่างๆและของกำนัลส่งเสริมการขาย และ เครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.46)

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.22) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ชื่อเสียงของอาคารไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า ในระดับความรุนแรงของปัญหามานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาดเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลส่งเสริมการขาย ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามผู้ประกอบอาชีพ ให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.41 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อาชีพ			
	ธุรกิจส่วนตัว (n = 58)	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n = 112)	พนักงานบริษัท (n = 170)	รับจ้างทั่วไป (n = 60)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.75 1.09 (มาก)	3.30 0.89 (ปานกลาง)	3.57 0.76 (มาก)	3.27 0.26 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.37 0.81 (ปานกลาง)	3.05 0.79 (ปานกลาง)	3.26 0.87 (ปานกลาง)	2.69 0.65 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	2.91 0.80 (ปานกลาง)	2.76 0.65 (ปานกลาง)	3.17 1.07 (ปานกลาง)	2.44 1.05 (น้อย)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	3.13 0.55 (ปานกลาง)	2.46 0.77 (น้อย)	3.20 0.97 (ปานกลาง)	2.48 0.84 (น้อย)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	2.67 0.94 (ปานกลาง)	1.98 0.55 (น้อย)	2.77 1.03 (ปานกลาง)	2.22 1.15 (น้อย)
ปัจจัยด้านการให้บริการของ พนักงาน	3.24 1.04 (ปานกลาง)	2.40 0.80 (น้อย)	3.25 1.09 (ปานกลาง)	2.70 0.35 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านขั้นตอนการ ให้บริการ	2.43 0.97 (น้อย)	1.76 0.74 (น้อย)	2.40 1.01 (น้อย)	2.22 1.15 (น้อย)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.07 0.62 (ปานกลาง)	2.53 0.56 (ปานกลาง)	3.09 0.81 (ปานกลาง)	2.57 0.78 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัดตามอาชีพ ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ความรุนแรงของปัญหา โดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75)มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยด้านขั้นตอนการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 2.91) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 2.67) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.43) ตามลำดับ

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.53)โดยระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.30)มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.05) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 2.76) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 2.46) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.40) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 1.98) และปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 1.76) ตามลำดับ

พนักงานบริษัท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09)โดย ระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57)มากที่สุด รองลงมา คือปัจจัย ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.26) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.20) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 3.17) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 2.77) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะ ทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.40) ตามลำดับ

รับจ้างทั่วไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.57)โดยระดับ ความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.27)มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้าน ขั้นตอนการให้บริการ (2.70) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.69) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.48) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 2.44) ปัจจัยด้านการ ให้บริการของพนักงาน และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 2.22) ตามลำดับ

ตาราง 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัญหาปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคาร อนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ ตรงกับความต้องการ	3.55 0.83 (มาก)	3.73 0.75 (มาก)	3.51 0.93 (มาก)	4.24 0.71 (มาก)
รอบเวลาในการชำระคืน เงินต้นและดอกเบี้ยสั้น เกินไป	3.14 0.91 (ปานกลาง)	3.48 1.01 (ปานกลาง)	3.35 0.82 (ปานกลาง)	4.08 0.71 (มาก)
รวม	3.34 0.77 (ปานกลาง)	3.60 0.83 (มาก)	3.42 0.84 (ปานกลาง)	4.16 0.68 (มาก)

จากตาราง 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยมีปัจจัยย่อย ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหাপานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหাপานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้น และดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารอนุมัติให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ รอบเวลาในการชำระคืนเงินต้นและ ดอกเบี้ยสั้นเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้คะแนนระดับความรุนแรงของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามรายได้

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่า ธนาคารอื่น	3.27 0.90 (ปานกลาง)	3.73 1.11 (มาก)	3.68 0.89 (มาก)	3.65 0.89 (มาก)
มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากร แสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงิน ที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป	2.97 1.03 (ปานกลาง)	3.32 1.05 (ปานกลาง)	3.33 1.13 (ปานกลาง)	3.53 0.82 (มาก)
จำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระสูง หรือมากกว่าธนาคารอื่น	2.80 1.11 (ปานกลาง)	3.12 0.78 (ปานกลาง)	3.02 1.19 (ปานกลาง)	3.59 0.68 (มาก)
เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระ เงินผ่านจุดบริการรับชำระ ภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.05 1.10 (ปานกลาง)	3.17 1.08 (ปานกลาง)	3.33 0.84 (ปานกลาง)	3.56 0.59 (มาก)
รวม	3.02 0.88 (ปานกลาง)	3.33 0.79 (ปานกลาง)	3.34 0.90 (ปานกลาง)	3.58 0.64 (มาก)

จากตาราง 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยมีปัจจัยย่อย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมา คือ เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) และมีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากรแสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา คือ มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากรแสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) และเรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ด้านอัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ มีภาระค่าใช้จ่ายเป็นค่าอากรแสตมป์ร้อยละ 0.05 ของวงเงินที่ได้รับการอนุมัติซึ่งสูงเกินไป เรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ จำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระสูงหรือมากกว่าธนาคารอื่น ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และเรียกเก็บค่าบริการสูงเมื่อชำระเงินผ่านจุดบริการรับชำระภายนอกเครือข่ายของธนาคาร เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก
 ตามรายได้

	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง	2.65 1.12 (ปานกลาง)	3.07 1.30 (ปานกลาง)	3.29 1.21 (ปานกลาง)	3.29 0.89 (ปานกลาง)
ช่องทางในการให้บริการชำระ เงินค้ำมีน้อยเกินไป	2.69 1.10 (ปานกลาง)	3.13 1.14 (ปานกลาง)	3.17 0.89 (ปานกลาง)	3.41 0.84 (ปานกลาง)
เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก	3.17 1.27 (ปานกลาง)	3.59 0.87 (มาก)	3.24 1.13 (ปานกลาง)	3.16 0.94 (ปานกลาง)
รวม	2.83 1.07 (ปานกลาง)	3.26 0.92 (ปานกลาง)	3.23 0.95 (ปานกลาง)	3.28 0.80 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมา คือ ช่องทางในการให้บริการชำระเงินค้ำมีน้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) และทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาคือ ช่องทางในการให้บริการชำระเงินคีนมีน้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13)และทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.07)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมาคือ เมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24)และช่องทางในการให้บริการชำระเงินคีนมีน้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ช่องทางในการให้บริการชำระเงินคีนมีน้อยเกินไป ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29)และเมื่อมีปัญหาการใช้บริการติดต่อกับ Call Center ได้ยาก ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ข้อมูลสารสนเทศล่าสมัยและ และไม่ครบถ้วน	2.71 1.20 (ปานกลาง)	3.19 0.91 (ปานกลาง)	2.86 1.25 (ปานกลาง)	3.11 0.99 (ปานกลาง)
ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่างๆหรือมีน้อย	2.85 1.13 (ปานกลาง)	3.05 0.67 (ปานกลาง)	2.90 1.07 (ปานกลาง)	2.96 0.76 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานธนาคารออกไป แนะนำบริการ	2.65 1.22 (ปานกลาง)	3.09 1.00 (ปานกลาง)	2.70 1.08 (ปานกลาง)	2.75 0.88 (ปานกลาง)
ของก้าน้ำที่แจกไม่น่าสนใจ/ ได้รับล่าช้า	3.28 1.41 (ปานกลาง)	3.73 0.92 (มาก)	3.46 1.01 (ปานกลาง)	3.48 1.10 (ปานกลาง)
รายการส่งเสริมการขายไม่ น่าสนใจเช่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ไม่จูงใจ	3.19 1.28 (ปานกลาง)	3.45 1.08 (ปานกลาง)	3.52 1.09 (มาก)	3.48 1.10 (ปานกลาง)
รวม	2.93 1.07 (ปานกลาง)	3.30 0.67 (ปานกลาง)	3.08 0.94 (ปานกลาง)	3.15 0.69 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001-20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.28) รองลงมาคือ รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่น อัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆหรือมีน้อย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.85)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก(ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา คือ รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่น อัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และข้อมูลสารสนเทศล้าสมัยและไม่ครบถ้วน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.08) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่น อัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ ในระดับความรุนแรงของปัญหามาก(ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.46) และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆหรือมีน้อย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ของก้านัลที่แจกไม่น่าสนใจ/ได้รับล่าช้า รายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เช่น อัตราดอกเบี้ยพิเศษไม่จูงใจ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัยและไม่ครบถ้วน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามรายได้

ปัญหาปัจจัยด้านการให้บริการ ของพนักงาน	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและ คำปรึกษาไม่ชัดเจน	2.65 1.14 (ปานกลาง)	2.99 0.72 (ปานกลาง)	3.25 1.19 (ปานกลาง)	3.12 0.83 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถความชำนาญและ การแก้ไขปัญหาล่าช้า	2.48 1.10 (น้อย)	3.08 0.85 (ปานกลาง)	2.87 1.12 (ปานกลาง)	3.27 0.89 (ปานกลาง)
พนักงานไม่มีน้ำใจขาดมนุษย สัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง/ไม่มี มารยาท	2.16 1.12 (น้อย)	2.76 0.98 (ปานกลาง)	2.71 1.23 (ปานกลาง)	2.87 0.77 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่ เสมอภาค	2.19 1.09 (น้อย)	2.83 0.90 (ปานกลาง)	2.70 1.21 (ปานกลาง)	3.04 0.89 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	2.11 1.11 (น้อย)	2.69 1.07 (ปานกลาง)	2.65 1.39 (ปานกลาง)	2.92 0.88 (ปานกลาง)
รวม	2.31 1.05 (น้อย)	2.86 0.73 (ปานกลาง)	2.83 1.07 (ปานกลาง)	3.04 0.79 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน รายได้ 10,001-20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ความสามารถและการแก้ไขปัญหาล่าช้าในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.48) และพนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขาดความรู้ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) และพนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ความสามารถและการแก้ไขปัญหาล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87) และพนักงานไม่มีน้ำใจขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง/ไม่มีมายาท ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71)

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานขาดความรู้ความสามารถ ความชำนาญและการแก้ไขปัญหาล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) และพนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการให้บริการของพนักงาน 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านขั้นตอนการให้บริการจำแนกตามรายได้

ปัญหาปัจจัยด้านขั้นตอนการ ให้บริการ	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
การให้คำตอบในการอนุมัติ สินเชื่อล่าช้า	2.91 1.08 (ปานกลาง)	3.33 0.89 (ปานกลาง)	3.16 1.40 (ปานกลาง)	3.43 1.10 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.12 1.19 (ปานกลาง)	3.63 0.92 (มาก)	3.06 1.26 (ปานกลาง)	3.39 1.02 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่ อนุมัติให้ลูกค้าทราบ	2.80 1.19 (ปานกลาง)	3.15 1.06 (ปานกลาง)	3.00 1.41 (ปานกลาง)	3.27 0.96 (ปานกลาง)
รวม	2.94 1.09 (ปานกลาง)	3.36 0.85 (ปานกลาง)	3.07 1.32 (ปานกลาง)	3.36 0.97 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรุนแรงต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านขั้นตอนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001-20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมา คือ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) และไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยังยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา คือ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และ ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.15)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) รองลงมา คือ มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยังยากซับซ้อน ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) และ ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.00)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ยังยากซับซ้อนในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ ไม่มีการแจ้งผลการอนุมัติ/ไม่อนุมัติให้ลูกค้าทราบ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการให้บริการ 3 อันดับแรกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.48 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนก
ตามรายได้

	รายได้			
	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001 บาทขึ้นไป
	บาท (n = 187)	บาท (n = 75)	บาท (n = 63)	บาท (n = 75)
ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคารไม่เป็นที่ รู้จักของลูกค้า	1.93 1.06 (น้อย)	2.27 0.97 (น้อย)	2.29 1.21 (น้อย)	2.73 0.79 (ปานกลาง)
สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบ และไม่รักษาความสะอาด	1.95 1.04 (น้อย)	2.45 1.11 (น้อย)	2.44 1.05 (น้อย)	2.81 0.99 (ปานกลาง)
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ล้าสมัย	2.00 1.06 (น้อย)	2.59 0.98 (ปานกลาง)	2.52 1.06 (ปานกลาง)	2.80 0.93 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่นแผ่น พับบริการ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญ ชวนต่างๆและของกำนัล ส่งเสริมการขาย	2.05 1.18 (น้อย)	2.72 0.84 (ปานกลาง)	2.30 0.89 (น้อย)	2.78 0.81 (ปานกลาง)
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณภายในธนาคารเช่นมีที่ นั่งรอมีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ	2.10 1.05 (น้อย)	2.80 0.90 (ปานกลาง)	2.32 0.91 (น้อย)	2.77 0.93 (ปานกลาง)
รวม	2.00 1.03 (น้อย)	2.56 0.84 (ปานกลาง)	2.37 0.98 (น้อย)	2.77 0.80 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนรายได้ 10,001- 20,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00) โดยมี ปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.10) รองลงมาคือ ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลส่งเสริมการขาย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.05) และเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ล้าสมัย ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00)

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.56) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอมีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) รองลงมาคือ ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการ,ป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลส่งเสริมการขาย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72)และเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.59)

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.37) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.52) รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาด ในระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.44) และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณภายในอาคารเช่น มีที่นั่งรอ, มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน หรือมีน้ำดื่มให้บริการ ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.32)

รายได้ 40,001บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยมีปัจจัยย่อยด้าน สถานที่ให้บริการเล็กคับแคบและไม่รักษาความสะอาด ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.81) รองลงมาคือ เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานล้าสมัย ในระดับความรุนแรงปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) และ ไม่มีการจัดวางอุปกรณ์เช่น แผ่นพับบริการป้ายสัญลักษณ์เชิญชวนต่าง ๆ และของกำนัลส่งเสริมการขาย ในระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้คะแนนระดับความรุนแรงของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรกแตกต่างกัน

ตาราง 4.49 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้

ปัญหาปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ	รายได้			
	10,001-20,000 บาท (n = 187)	20,001-30,000 บาท (n = 75)	30,001-40,000 บาท (n = 63)	40,001 บาทขึ้นไป (n = 75)
	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.34 0.77 (ปานกลาง)	3.60 0.83 (มาก)	3.42 0.84 (ปานกลาง)	4.16 0.68 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.02 0.88 (ปานกลาง)	3.33 0.79 (ปานกลาง)	3.34 0.90 (ปานกลาง)	3.58 0.64 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่ายหรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	2.83 1.07 (ปานกลาง)	3.26 0.92 (ปานกลาง)	3.23 0.95 (ปานกลาง)	3.28 0.80 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	2.93 1.07 (ปานกลาง)	3.30 0.67 (ปานกลาง)	3.08 0.94 (ปานกลาง)	3.15 0.69 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการให้บริการ ของพนักงาน	2.31 1.05 (น้อย)	2.86 0.73 (ปานกลาง)	2.83 1.07 (ปานกลาง)	3.04 0.79 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านขั้นตอนการ ให้บริการ	2.94 1.09 (ปานกลาง)	3.36 0.85 (ปานกลาง)	3.07 1.32 (ปานกลาง)	3.36 0.97 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	2.00 1.03 (น้อย)	2.56 0.84 (ปานกลาง)	2.37 0.98 (น้อย)	2.77 0.80 (ปานกลาง)
รวม	2.77 0.84 (ปานกลาง)	3.18 0.55 (ปานกลาง)	3.05 0.89 (ปานกลาง)	3.33 0.47 (ปานกลาง)

จากตาราง 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความรุนแรงของปัญหาปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินสดเอนกประสงค์ Speedy กับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้ 10,001- 20,000 บาท ความรุนแรงของ ปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้าน ผลិតภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.34) มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.02) ปัจจัยด้านขั้นตอน การให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.94) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.93) ปัจจัยด้านการจัด จำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 2.83) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.31) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.00) ตามลำดับ

รายได้ 20,001-30,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) โดยระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.30) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.26) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.86) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.56) ตามลำดับ

รายได้ 30,001-40,000 บาท ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.42) มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.23) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.08) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.83) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.37) ตามลำดับ

รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ความรุนแรงของปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยระดับความรุนแรงของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.15) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.04) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.77) ตามลำดับ