

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามลูกค้าจำนวน 245 ราย ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ เพศ วุฒิการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งในองค์กร รายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้าประกัน และวงเงินสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีที่ได้อนุมัติ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านกระบวนการ และปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ และทุนจดทะเบียน โดยแสดงเป็นตารางไขว้ (Cross Tabulation Table)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	139	56.73
หญิง	106	43.27
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 56.73 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 43.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
20-30	16	6.53
31-40	79	32.25
41-50	113	46.12
50 ปี ขึ้นไป	37	15.10
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.12 รองลงมาได้แก่ อายุในช่วง 31-40 ปี ร้อยละ 32.25 อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 15.10 และอายุในช่วง 20-30 ปี ร้อยละ 6.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด

วุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	12	4.90
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	31	12.65
ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	49	20.00
ปริญญาตรี	121	49.39
สูงกว่าปริญญาตรี	32	13.06
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.39 รองลงมา ได้แก่ ระดับปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 20.00 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 13.06 ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 12.65 และ ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 4.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ตำแหน่งในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานระดับปฏิบัติการ	27	11.02
ผู้บริหารระดับต้น	9	3.67
ผู้บริหารระดับกลาง	8	3.27
ผู้บริหารระดับสูง	12	4.90
เจ้าของกิจการ	189	77.14
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีตำแหน่งในองค์กรเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 77.14 รองลงมา ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 11.02 ผู้บริหารระดับสูง ร้อยละ 4.90 ผู้บริหารระดับต้น ร้อยละ 3.67 และ ผู้บริหาร ระดับกลาง ร้อยละ 3.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ประจำต่อเดือน

รายได้ประจำต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000	17	6.94
15,000-30,000	50	20.41
30,001-45,000	61	24.90
45,001-60,000	47	19.18
60,000-100,000	31	12.65
มากกว่า 100,000	39	15.92
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ประจำต่อเดือน ตั้งแต่ 30,001-45,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.90 รองลงมาได้แก่ รายได้ตั้งแต่ 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 20.41 รายได้ตั้งแต่ 45,001-60,000 บาท ร้อยละ 19.18 รายได้มากกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 15.92 รายได้ตั้งแต่ 60,000-100,000 บาท ร้อยละ 12.65 และ รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 6.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าปลีก-ค้าส่ง	104	42.45
รับเหมาก่อสร้าง	26	10.61
บริการ	58	23.68
การผลิต	32	13.06
เกษตร	25	10.20
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.45 รองลงมาได้แก่ ประเภทบริการ ร้อยละ 23.68 ประเภทการผลิต ร้อยละ 13.06 ประเภทรับเหมาก่อสร้าง ร้อยละ 10.61 และประเภทเกษตร ร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	107	43.67
ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท	110	44.90
ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	16	6.53
ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 15 ล้านบาท	11	4.49
ตั้งแต่ 15 ล้านบาทขึ้นไป	1	0.41
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียน ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ร้อยละ 43.67 ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท ร้อยละ 6.53 ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 15 ล้านบาท ร้อยละ 4.49 และ ตั้งแต่ 15 ล้านบาทขึ้นไป ร้อยละ 0.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้าประกัน

หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้าประกัน	จำนวน	ร้อยละ
ที่ดินเปล่า	55	22.45
บ้านพร้อมที่ดิน	101	41.22
อาคารพาณิชย์	69	28.16
เครื่องจักรและอุปกรณ์	6	2.45
อื่นๆ (เงินฝากในบัญชี)	14	5.72
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บ้านพร้อมที่ดินเป็นหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้าประกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.22 รองลงมาได้แก่ อาคารพาณิชย์ ร้อยละ 28.16 ที่ดินเปล่า ร้อยละ 22.45 อื่นๆ (เงินฝากในบัญชี) ร้อยละ 5.72 และ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ร้อยละ 2.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีที่ได้อนุมัติ

วงเงินสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีที่ได้อนุมัติ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 แสนบาท	19	7.76
ตั้งแต่ 3 แสนบาทขึ้นไปถึง 6 แสนบาท	70	28.57
ตั้งแต่ 6 แสนบาทขึ้นไปถึง 1 ล้านบาท	56	22.86
ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 3 ล้านบาท	70	28.57
ตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	17	6.94
มากกว่า 5 ล้านบาท	13	5.30
รวม	245	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวงเงินสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีที่ได้อนุมัติ ตั้งแต่ 3 แสนบาทถึง 6 แสนบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 3 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาได้แก่ ตั้งแต่ 6 แสนบาทขึ้นไปถึง 1 ล้านบาท ร้อยละ 22.86 ต่ำกว่า 3 แสนบาท ร้อยละ 7.76 ตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท ร้อยละ 6.94 และ มากกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 5.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เชียงใหม่

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. คุณภาพการให้บริการ	124 (50.61%)	106 (43.27%)	15 (6.12%)	0 (0%)	0 (0%)	4.44	มาก	1
2. วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีที่ได้รับอนุมัติ	111 (45.31%)	97 (39.59%)	37 (15.10%)	0 (0%)	0 (0%)	4.30	มาก	2
3. ระยะเวลาการชำระเงินคืน	40 (16.33%)	103 (42.04%)	87 (35.51%)	11 (4.49%)	4 (1.63%)	3.67	มาก	5
4. หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน	73 (29.80%)	116 (47.34%)	52 (21.22%)	2 (0.82%)	2 (0.82%)	4.04	มาก	3
5. ความหลากหลายของบริการ	66 (26.94%)	128 (52.24%)	46 (18.78%)	5 (2.04%)	0 (0%)	4.04	มาก	3
รวม						4.10	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากที่สุดตามลำดับได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีที่ได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.30 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน และความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 เท่ากันและระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการ ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบีคเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน ราคา	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อันดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. อัตราดอกเบี้ย สินเชื่อบีคเงิน เกินบัญชี	139 (56.73%)	86 (35.10%)	18 (7.35%)	2 (0.82%)	0 (0%)	4.48	มาก	1
2. การปรับเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย รวดเร็ว	93 (37.96%)	92 (37.55%)	55 (22.45%)	5 (2.04%)	0 (0%)	4.11	มาก	3
3. อัตราค่าธรรมเนียม นิยมในการขอ สินเชื่อ	102 (41.63%)	87 (35.51%)	55 (22.45%)	1 (0.41%)	0 (0%)	4.18	มาก	2
4. ค่าประเมิน หลักประกัน	82 (33.47%)	85 (34.70%)	74 (30.20%)	4 (1.63%)	0 (0%)	4.00	มาก	4
5. ค่าจดทะเบียน จำนอง	56 (22.86%)	87 (35.51%)	92 (37.55%)	8 (3.26%)	2 (0.82%)	3.76	มาก	5
รวม						4.11	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้  
บริการสินเชื่อบีคเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และใน  
รายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัย  
ย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อบีคเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย  
4.48 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมนิยมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.18 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ย  
รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย  
3.76



ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน	118 (48.16%)	101 (41.23%)	26 (10.61%)	0 (0%)	0 (0%)	4.38	มาก	1
2.มีรถประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านธนาคาร	56 (22.86%)	97 (39.59%)	71 (28.98%)	21 (8.57%)	0 (0%)	3.77	มาก	5
3.ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ	87 (35.51%)	94 (38.37%)	60 (24.49%)	4 (1.63%)	0 (0%)	4.08	มาก	3
4.เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ	63 (25.72%)	124 (50.61%)	58 (23.67%)	0 (0%)	0 (0%)	4.02	มาก	4
5.สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้	93 (37.96%)	104 (42.45%)	44 (17.96%)	4 (1.63%)	0 (0%)	4.17	มาก	2
รวม						3.77	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.08 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีรถประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.77

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายผ้าบอร์ดสาขา	53 (21.63%)	115 (46.94%)	70 (28.57%)	7 (2.86%)	0 (0%)	3.87	มาก	5
2. พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์สถานที่	51 (20.82%)	95 (38.78%)	92 (37.55%)	6 (2.45%)	1 (0.41%)	4.14	มาก	2
3. มีการจัดบูธตามศูนย์การค้า	31 (12.65%)	93 (37.96%)	113 (46.12%)	7 (2.86%)	1 (0.41%)	3.60	มาก	7
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	60 (24.49%)	93 (37.96%)	79 (32.24%)	11 (4.49%)	2 (0.82%)	3.81	มาก	6
5. มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด	95 (38.78%)	79 (32.24%)	69 (28.16%)	2 (0.82%)	0 (0%)	4.09	มาก	4
6. มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ	85 (34.69%)	107 (43.67%)	51 (20.82%)	1 (0.41%)	1 (0.41%)	4.12	มาก	3
7. ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ	93 (37.96%)	107 (43.67%)	45 (18.37%)	0 (0%)	0 (0%)	4.20	มาก	1
รวม						3.92	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 4.14 มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.12 มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.09 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย 3.87 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และมีการจัดนุชตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.60



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.พนักงานให้คำแนะนำคำปรึกษาอย่างถูกต้อง	125 (51.02%)	96 (39.19%)	21 (8.57%)	3 (1.22%)	0 (0%)	4.40	มาก	1
2. พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ	108 (44.08%)	107 (43.67%)	30 (12.25%)	0 (0%)	0 (0%)	4.32	มาก	4
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง	102 (41.63%)	128 (52.24%)	13 (5.31%)	2 (0.82%)	0 (0%)	4.35	มาก	3
4. มารยาท และความสุภาพของพนักงาน	100 (40.82%)	118 (48.16%)	27 (11.02%)	0 (0%)	0 (0%)	4.30	มาก	5
5. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	90 (36.73%)	122 (49.80%)	33 (13.47%)	0 (0%)	0 (0%)	4.23	มาก	6
6. ความเอาใจใส่ และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา	123 (50.20%)	94 (38.37%)	27 (11.02%)	1 (0.41%)	0 (0%)	4.38	มาก	2
7. พนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ	96 (39.18%)	104 (42.45%)	44 (17.96%)	1 (0.41%)	0 (0%)	4.20	มาก	7
รวม						4.31	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงาน ให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.38 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.35 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.32 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.30 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และ พนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.20

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	122 (49.80%)	110 (44.90%)	13 (5.30%)	0 (0%)	0 (0%)	4.44	มาก	1
2. การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว	116 (47.34%)	94 (38.37%)	33 (13.47%)	2 (0.82%)	0 (0%)	4.39	มาก	2
3. ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	82 (33.47%)	113 (46.12%)	46 (18.78%)	4 (1.63%)	0 (0%)	4.11	มาก	6
4. ความถูกต้องของการให้บริการ	95 (38.78%)	113 (46.12%)	36 (14.69%)	1 (0.41%)	0 (0%)	4.23	มาก	4
5. เอกสารที่ใช้ประกอบมีน้อย	81 (33.06%)	114 (46.53%)	48 (19.59%)	2 (0.82%)	0 (0%)	4.12	มาก	5
6. มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกติดต่อ	98 (20.00%)	117 (47.76%)	30 (12.24%)	0 (0%)	0 (0%)	4.28	มาก	3
รวม						4.25	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.39 มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวก

ขณะติดต่อกัน มีค่าเฉลี่ย 4.28 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.23 เอกสารที่ใช้ประกอบมี  
น้อย มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.11



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอ หลักฐานทาง กายภาพของการ ให้บริการ	จำนวนและร้อยละของระดับความสำคัญ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	อันดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพ ลักษณ์ของ ธนาคาร	121 (49.38%)	99 (40.41%)	24 (9.80%)	1 (0.41%)	0 (0%)	4.39	มาก	1
2. มีอุปกรณ์ สำนักงาน ทันสมัย	87 (35.51%)	115 (46.94%)	42 (17.14%)	1 (0.41%)	0 (0%)	4.18	มาก	2
3. มีเครื่องมือ หรือสิ่งอำนวยความสะดวก	70 (28.57%)	124 (50.61%)	47 (19.19%)	4 (1.63%)	0 (0%)	4.06	มาก	3
4. ความกว้างขวาง สะอาด และ ทันสมัยของ ธนาคาร	45 (18.37%)	144 (58.78%)	48 (19.59%)	8 (3.26%)	0 (0%)	3.92	มาก	4
5. บรรยากาศและ มุมพักผ่อน ระหว่างรอรับ บริการ	34 (13.88%)	118 (48.16%)	80 (32.65%)	13 (5.31%)	0 (0%)	3.71	มาก	7
6. ความเป็น ระเบียบและเรียบร้อย ของสำนักงาน	46 (18.78%)	107 (43.67%)	84 (34.29%)	8 (3.26%)	0 (0%)	3.78	มาก	5
7. ที่นั่งคอยพอสบาย เพียงพอ	28 (11.43%)	136 (55.51%)	73 (29.80%)	8 (3.26%)	0 (0%)	3.75	มาก	6
รวม						3.83	มาก	



จากตารางที่ 4.16 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ โดยรวมมีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.18 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.92 ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ที่นั่งคอยพอยูเอช มีค่าเฉลี่ย 3.75 และ บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.71

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยรวม ปัจจัยหลัก	แปลผล	อันดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.10	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.11	มาก	3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	มาก	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	มาก	6
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.31	มาก	1
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.25	มาก	2
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ หลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ	3.83	มาก	7

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.11 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.92 และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของถูกค้าธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสาข่าป้า่อย จังหวัดเชียงใหม

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอกับความต้องการ	154	62.86
2. การประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันยุ่งยาก	100	40.82
3. ระยะเวลาชำระคืนสั้นเกินไป	78	31.84
4. บริการไม่มีคุณภาพ ไม่ดี ไม่น่าเชื่อถือ	36	14.69
5. การบริการไม่หลากหลาย	27	11.02

หมายเหตุ ค่าคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.18 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอกับความต้องการ ร้อยละ 62.86 รองลงมาได้แก่ ปัญหาการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันยุ่งยาก ร้อยละ 40.82 ปัญหาระยะเวลาชำระคืนสั้นเกินไป ร้อยละ 31.84 ปัญหาบริการไม่มีคุณภาพ ไม่ดี ไม่น่าเชื่อถือ ร้อยละ 14.69 และปัญหาการบริการไม่หลากหลาย ร้อยละ 11.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
1. อัตราดอกเบี้ยสูง	173	70.61
2. อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อสูง	117	47.76
3. การปรับอัตราดอกเบี้ยล่าช้า ไม่ทันกับสภาวะปัจจุบัน	80	32.65
4. ค่าประเมินหลักประกันสูง	62	25.31
5. ค่าจดทะเบียนจำนองสูง	38	15.51

หมายเหตุ ค่าคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.19 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุดคือ ปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูง ร้อยละ 70.61 รองลงมาได้แก่ ปัญหาอัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อสูง ร้อยละ 47.76 ปัญหาการปรับอัตราดอกเบี้ยล่าช้า ไม่ทันกับสภาวะปัจจุบัน ร้อยละ 32.65 ปัญหาค่าประเมินหลักประกันสูง ร้อยละ 25.31 และปัญหาค่าจดทะเบียนจำนองสูง ร้อยละ 15.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอด	156	63.67
2. ติดต่อทางโทรศัพท์ยาก	127	51.84
3. ที่ตั้งธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกต่อการติดต่อ	65	26.53
4. เวลาเปิดทำการให้บริการไม่สะดวกแก่ลูกค้า	65	26.53
5. ไม่มีรถประจำทาง หรือรถรับจ้างที่มีเส้นทางผ่านธนาคาร หรือมีน้อย	42	17.14

หมายเหตุ ค่าคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.20 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุดคือ ปัญหาสถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอด ร้อยละ 63.67 รองลงมาได้แก่ ปัญหาติดต่อทางโทรศัพท์ยาก ร้อยละ 51.84 ปัญหาที่ตั้งธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกต่อการติดต่อ และปัญหาเวลาเปิดทำการให้บริการไม่สะดวกแก่ลูกค้า ร้อยละ 26.53 เท่ากันและปัญหาไม่มีรถประจำทาง หรือรถรับจ้างที่มีเส้นทางผ่านธนาคารหรือมีน้อย ร้อยละ 17.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่มีส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ของธนาคารหรือมีน้อย	112	45.71
2. พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีไม่เพียงพอ	111	45.31
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อย ถูกคำไม่ทราบรายละเอียด	99	40.41
4. การจัดบูธตามศูนย์การค้ามีน้อย	73	29.80
5. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย	39	15.92

หมายเหตุ ค่าคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.21 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดคือ ปัญหาไม่มีส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ของธนาคารหรือมีน้อย ร้อยละ 45.71 รองลงมาได้แก่ ปัญหาพนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีไม่เพียงพอ ร้อยละ 45.31 ปัญหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อย ถูกคำไม่ทราบรายละเอียด ร้อยละ 40.41 ปัญหาการจัดบูธตามศูนย์การค้ามีน้อย ร้อยละ 29.80 และปัญหาการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย ร้อยละ 15.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
1. พนักงานที่ให้บริการแก้ไขปัญหาของลูกค้าล่าช้า	123	50.20
2. พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาไม่ชัดเจน	107	43.67
3. พนักงานที่ให้บริการล่าช้าในการบริการลูกค้า	73	29.80
4. พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในบริการที่เพียงพอ	68	27.76
5. พนักงานที่ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง	52	21.22
6. พนักงานที่ให้บริการมีกริยาวาจาที่ไม่สุภาพ	34	13.88
7. พนักงานที่ให้บริการไม่มีความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพไม่เหมาะสม	27	11.02

หมายเหตุ คำคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.22 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรมากที่สุดคือ พนักงานที่ให้บริการแก้ไขปัญหาของลูกค้าล่าช้า ร้อยละ 50.20 รองลงมาได้แก่ ปัญหาพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาไม่ชัดเจน ร้อยละ 43.67 ปัญหาพนักงานที่ให้บริการล่าช้าในการบริการลูกค้า ร้อยละ 29.80 ปัญหาพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในบริการที่เพียงพอ ร้อยละ 27.76 ปัญหาพนักงานที่ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง ร้อยละ 21.22 ปัญหาพนักงานที่ให้บริการมีกริยาวาจาที่ไม่สุภาพ ร้อยละ 13.88 และปัญหาพนักงานที่ให้บริการไม่มีความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพไม่เหมาะสม ร้อยละ 11.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	160	65.31
2. ขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก ซับซ้อน	141	57.55
3. ต้องใช้เอกสารประกอบการขออนุมัติจำนวนมาก	105	42.86
4. ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อ	76	31.02
5. ไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกขณะขอรับบริการ	30	12.24
6. เกิดความผิดพลาดในการขออนุมัติสินเชื่อ	28	11.43

หมายเหตุ ค่าคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.23 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุดคือ ปัญหาระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ ร้อยละ 65.31 รองลงมาได้แก่ ปัญหาขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก ซับซ้อน ร้อยละ 57.55 ปัญหาต้องใช้เอกสารประกอบการขออนุมัติจำนวนมาก ร้อยละ 42.86 ปัญหาไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ร้อยละ 31.02 ปัญหาไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกขณะขอรับบริการ ร้อยละ 12.24 และปัญหาเกิดความผิดพลาดในการขออนุมัติสินเชื่อ ร้อยละ 11.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ

ปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพ ของการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าไม่เพียงพอให้ ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ	95	38.78
2. ที่นั่งคอยไม่พอเพียง	64	26.12
3. ธนาคารมีพื้นที่ไม่กว้างขวาง ไม่สะอาด	63	25.71
4. อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย ไม่เพียงพอ	62	25.31
5. บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ ไม่เหมาะสม	54	22.04
6. สำนักงานไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	32	13.06

หมายเหตุ ค่าคำนวณร้อยละจาก N=245

จากตารางที่ 4.24 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการมากที่สุด คือ ปัญหาเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าไม่เพียงพอให้ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ ร้อยละ 38.78 รองลงมาได้แก่ ปัญหาที่นั่งคอยไม่พอเพียง ร้อยละ 26.12 ปัญหาธนาคารมีพื้นที่ไม่กว้างขวาง ไม่สะอาด ร้อยละ 25.71 ปัญหาอุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย ไม่เพียงพอ ร้อยละ 25.31 ปัญหาบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ ไม่เหมาะสม ร้อยละ 22.04 และปัญหาสำนักงานไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ร้อยละ 13.06 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ และทุนจดทะเบียนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ					
	กำลัง- กำลัง	รับเหมา ก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. คุณภาพการให้บริการ	4.41 (มาก)	4.35 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.44 (มาก)
2. วงเงินเบิกเงินเกินบัญชี ได้รับอนุมัติ	4.23 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)
3. ระยะเวลาการชำระเงินคืน	3.54 (มาก)	3.81 (มาก)	3.66 (มาก)	3.72 (มาก)	4.04 (มาก)	3.67 (มาก)
4. หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำ ประกัน	3.89 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
5. ความหลากหลายของ บริการ	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)
รวม	4.03 (มาก)	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 4.25 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการเกษตร โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ระยะเวลาการชำระเงินคืน และ ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 และหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านคุณภาพการให้บริการ มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.28 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.16 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านคุณภาพการให้บริการ มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.36 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.21 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.95 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านวงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรกวงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาคือ คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.35 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.19 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.08 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.54

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ					
	ค้าส่ง- ค้าปลีก	รับเหมา ก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี	4.45 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
2. การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)	4.17 (มาก)	3.81 (มาก)	4.32 (มาก)	4.11 (มาก)
3. อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)	4.18 (มาก)
4. ค่าประเมินหลักประกัน	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)
5. ค่าจดทะเบียนจำนอง	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)
รวม	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 4.26 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ใน ธุรกิจประเภทการเกษตร โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.36 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.32 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.12 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก อัตรา

ดอกเบี๋ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.41 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.28 ค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 3.88 และการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านอัตรา ดอกเบี๋ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.38 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.17 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.09 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ และค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.04 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.92 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.17 อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 3.69

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ					
	ค้าส่ง- ค้าปลีก	รับเหมา ก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. ท่าเรือที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.41 (มาก)	4.44 (มาก)	4.32 (มาก)	4.38 (มาก)
2. มีรถประจำทางหรือรถ รับจ้างผ่านธนาคาร	3.63 (มาก)	3.96 (มาก)	3.66 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	3.77 (มาก)
3. ความสะดวกและเพียงพอ ของสถานที่จอดรถ	4.04 (มาก)	4.38 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)
4. เวลาเปิดทำการสะดวกกับ การติดต่อ	4.02 (มาก)	4.19 (มาก)	4.05 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)
5. สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ ได้	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)
รวม	4.05 (มาก)	4.21 (มาก)	4.09 (มาก)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบ  
แบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการเกษตร  
โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ใน  
รายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดย  
เรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ท่าเรือที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย  
4.32 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีรถประจำทาง รถมอเตอร์รับจ้างผ่าน  
ธนาคาร และความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.96 และเวลาเปิดทำการ  
สะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัย  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า  
ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อย  
ได้แก่ อันดับแรก ท่าเรือที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทาง

โทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.03 และเวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.09 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และมีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.27 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.23 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.19 และมีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.04 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.63

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ					
	ค้าส่ง- ค้าปลีก	รับเหมา ก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. การประชาสัมพันธ์แบบ แผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.62 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
2. พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์ นอกสถานที่	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)	3.77 (มาก)
3. มีการจัดบุคลากรตามศูนย์การค้า	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	3.45 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (มาก)	3.60 (มาก)
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.66 (มาก)	3.97 (มาก)	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)
5. มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วง ส่งเสริมการตลาด	4.07 (มาก)	4.31 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)	4.09 (มาก)
6. มีข้อเสนอหรือบริการ พิเศษในบริการอื่นๆ	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)
7. ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติม อื่นๆ	4.13 (มาก)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.28 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการเกษตร โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.92 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย 3.88 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.68 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และ มีการจัดบุคลากรตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ มีส่วนลดคอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆมีค่าเฉลี่ย 4.09 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย 4.06 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.97 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.66 และ มีการจัดบุรุษตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆมีค่าเฉลี่ย 4.16 มีส่วนลดคอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.09 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.66 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา และพนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และ มีการจัดบุรุษตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.45

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ ส่วนลดคอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆมีค่าเฉลี่ย 4.12 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย 3.96 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.88 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และ มีการจัดบุรุษตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.12 มีส่วนลดคอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.07 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย 3.93 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์



นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.90 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ มีการจัดบุคลากรตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.71

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรจำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ					
	กำลัง- กำลัง	รับเหมา ก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.47 (มาก)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)
2. พนักงานมีความรู้ ความ เชี่ยวชาญ	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.41 (มาก)	4.31 (มาก)	4.08 (มาก)	4.32 (มาก)
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ ดี เป็นกันเอง	4.32 (มาก)	4.38 (มาก)	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)	4.48 (มาก)	4.35 (มาก)
4. มารยาทและความสุภาพ ของพนักงาน	4.26 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)	4.13 (มาก)	4.48 (มาก)	4.30 (มาก)
5. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)	4.40 (มาก)	4.23 (มาก)
6. ความเอาใจใส่และความ กระตือรือร้นในการแก้ไข ปัญหา	4.36 (มาก)	4.27 (มาก)	4.48 (มาก)	4.31 (มาก)	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)
7. พนักงานมีความเสมอภาค ในการบริการ	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	4.30 (มาก)	4.26 (มาก)	4.37 (มาก)	4.26 (มาก)	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการเกษตร โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มารยาทและความสุภาพของพนักงาน

และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ พนักงานให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาอย่างถูกต้อง และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.40 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.08 และ พนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.31 พนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.19 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.16 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ พนักงานให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.47 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.41 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.38 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.34 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.29 และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.31 พนักงานให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาอย่างถูกต้อง และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.27 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.15 และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ ค่าปรึกษาอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ ความเอาใจใส่และความ

กระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.36 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.33 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.32 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.26 พนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.25 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.20

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ					
	ค้าส่ง- ค้าปลีก	รับเหมา ก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.39 (มาก)	4.35 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
2. การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลา รวดเร็ว	4.31 (มาก)	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)	4.32 (มาก)
3. ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.16 (มาก)	4.11 (มาก)
4. ความถูกต้องของการให้บริการ	4.16 (มาก)	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.13 (มาก)	4.44 (มาก)	4.23 (มาก)
5. เอกสารที่ใช้ประกอบมี น้อย	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.12 (มาก)
6. มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวก	4.20 (มาก)	4.35 (มาก)	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.28 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 4.30 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการเกษตร โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมาก

เรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว และเอกสารที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.32 มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และ ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาคือ เอกสารที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.28 การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว และมีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีระดับความสำคัญมากที่สุดโดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมาคือ มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.41 การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.34 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 และขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเอกสารที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญ โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.31 ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ เอกสารที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีกรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญโดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ การ

อนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.16 และเอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.02

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการจำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ					
	ค้าส่ง-ค้าปลีก	รับเหมาก่อสร้าง	บริการ	การผลิต	การเกษตร	รวม
1. ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร	4.44 (มาก)	4.35 (มาก)	4.47 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.39 (มาก)
2. มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย	4.24 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)	4.18 (มาก)
3. มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
4. ความกว้างขวางสะอาด แลทันสมัยของธนาคาร	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)
5. บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ	3.75 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)
6. ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)
7. ที่นั่งคอยพอเพียง	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)
รวม	4.02 (มาก)	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการเกษตร โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก

ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงาน ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ที่นั่งคอยพอยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.88 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.80 บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทการผลิต โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.06 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.94 ที่นั่งคอยพอยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.66 บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และ ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทบริการ โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.86 ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ที่นั่งคอยพอยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.74 และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้าง โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.12 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.88 ที่นั่งคอยพอยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 3.73 ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในธุรกิจประเภทค้าส่ง-ค้าปลีก โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.99 ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.88 ที่นั่งคอยพอย่อย มีค่าเฉลี่ย 3.76 และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามทุนจดทะเบียนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียน				รวม
	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้าน บาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้าน บาท ขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	
1. คุณภาพการให้บริการ	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
2. วงเงินเบิกเงินเกินบัญชี ได้รับอนุมัติ	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
3. ระยะเวลาการชำระคืน	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.88 (มาก)	4.25 (มาก)	3.67 (มาก)
4. หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำ ประกัน	4.01 (มาก)	3.95 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)
5. ความหลากหลายของ บริการ	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	4.04 (มาก)
รวม	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)	4.41 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 4.32 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยระยะเวลาการชำระเงินคืน และ ความหลากหลายของบริการ มีระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.83 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.67 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.50 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.33 และ ระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยระยะเวลาการชำระเงินคืน และ ความหลากหลายของบริการ มีระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ และ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมาคือ หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.56 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.04 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.21 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.02 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.95 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.07 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.29 ความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.02 หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.01 และระยะเวลาการชำระเงินคืน มีค่าเฉลี่ย 3.64



ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน ราคา	ทุนจดทะเบียนกิจการ				
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้าน บาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาท ขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	รวม
1. อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิก เงินเกินบัญชี	4.47 (มาก)	4.45 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
2. การปรับเปลี่ยนอัตรา ดอกเบี้ยรวดเร็ว	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.11 (มาก)
3. อัตราค่าธรรมเนียมในการ ขอสินเชื่อ	4.07 (มาก)	4.18 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
4. ค่าประเมินหลักประกัน	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
5. ค่าจดทะเบียนจำนอง	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.76 (มาก)
รวม	4.03 (มาก)	4.10 (มาก)	4.40 (มาก)	4.47 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 4.33 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว และค่าจดทะเบียนจำนอง มีระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ และ ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.50 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.33 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.40 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว และค่าจดทะเบียนจำนอง มีระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.50 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.25 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.18 การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.08 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.97 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับให้ระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.10 อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.07 ค่าประเมินหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.88 และค่าจดทะเบียนจำนอง มีค่าเฉลี่ย 3.64

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายจำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ทุนจดทะเบียน				รวม
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้าน บาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาท ขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	
1. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน	4.38 (มาก)	4.35 (มาก)	4.38 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
2. มีรถประจำทางหรือรถ รับจ้างผ่านธนาคาร	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)	3.77 (มาก)
3. ความสะดวกและเพียงพอ ของสถานที่จอดรถ	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	3.88 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)
4. เวลาเปิดทำการสะดวกกับ การติดต่อ	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)
5. สามารถติดต่อทาง โทรศัพท์ได้	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
รวม	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 4.34 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาคือ มีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.33 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ และความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.17 และเวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากโดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ มีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร และสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.06 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.94 และความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากโดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.05 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.99 และมีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากโดยเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ อันดับแรก ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.12 เวลาเปิดทำการสะดวกกับการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.08 และมีรถประจำทาง รถรับจ้างผ่านธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.65

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ทุนจดทะเบียนกิจการ				รวม
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไปถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป	
1. การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)
2. พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่	3.73 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)
3. มีการจัดบูธตามศูนย์การค้า	3.56 (มาก)	3.65 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)	3.69 (มาก)	4.17 (มาก)	3.81 (มาก)
5. มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)
6. มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)
7. ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.35 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย

4.25 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และ มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.08 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ มีการจัดบุตรตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการจัดบุตร ตามศูนย์การค้า มีระดับความสำคัญปานกลางโดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.19 ข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.06 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา และ พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.75 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ มีการจัดบุตรตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.06 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดสาขา มีค่าเฉลี่ย 3.98 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.87 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ มีการจัดบุตรตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ข้อเสนอหรือบริการพิเศษในบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.14 มีส่วนลดดอกเบี้ยช่วงส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.09 การประชาสัมพันธ์แบบแผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ด สาขา มีค่าเฉลี่ย 3.74 พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.73 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.72 และ มีการจัดบุตรตามศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรจำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ทุนจดทะเบียนของกิจการ				รวม
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้าน บาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาท ขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	
1. พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
2. พนักงานมีความรู้ ความ เชี่ยวชาญ	4.40 (มาก)	4.22 (มาก)	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดี เป็นกันเอง	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
4. มารยาทและความสุภาพ ของพนักงาน	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	4.30 (มาก)
5. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.28 (มาก)	4.17 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)
6. ความเอาใจใส่และความ กระตือรือร้นในการแก้ไข ปัญหา	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)
7. พนักงานมีความเสมอภาค ในการบริการ	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	4.34 (มาก)	4.26 (มาก)	4.46 (มาก)	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)

จากตารางที่ 4.36 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไปโดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน

พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.42 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.33 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.25 และ ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้น ในการแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.46 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา เป็นกันเอง มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.50 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.44 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.38 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.33 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.24 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.22 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง และความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหา เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 4.40 มารยาทและความสุภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.34 พนักงานมีมนุษย



สัมพันธที่ดี เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.33 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และพนักงานมีความเสมอภาคในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.17

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามทุนจดทะเบียน กิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	ทุนจดทะเบียนของกิจการ				
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้าน บาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาท ขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	รวม
1. ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
2. การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว	4.39 (มาก)	4.22 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
3. ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.15 (มาก)	4.01 (มาก)	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	4.11 (มาก)
4. ความถูกต้องของการให้บริการ	4.31 (มาก)	4.09 (มาก)	4.44 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
5. เอกสารที่ใช้ประกอบมีน้อย	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)
6. มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวก	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
รวม	4.28 (มาก)	4.17 (มาก)	4.46 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 4.37 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย

ในระดับความสำคัญมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาคือ ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.58 การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อมีน้อย และมีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.42

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.46 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และมีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.50 การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว และความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 และขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.23 การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.22 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.09 เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.06 และขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับได้แก่ อันดับแรก ความสะดวกรวดเร็ว ในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาคือ การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.39 ความถูกต้องของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีบริการเพื่ออำนวยความสะดวกขณะติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ขั้นตอนของการอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.15 และเอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.09

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ	ทุนจดทะเบียนของกิจการ				
	น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 5 ล้านบาท	ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท	ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป	รวม
1. ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร	4.50 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	4.39 (มาก)
2. มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
3. มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	3.75 (มาก)	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)
4. ความกว้างขวางสะอาด แลทันสมัยของธนาคาร	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
5. บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)
6. ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)
7. ที่นั่งคอยพอสบาย	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)
รวม	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)	3.84 (มาก)	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 4.38 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา

คือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย และมีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.00 บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ และที่นั่งคอยพอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.83 และ ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 10 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.00 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.81 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ และที่นั่งคอยพอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.75 และ ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.15 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.98 ที่นั่งคอยพอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.83 ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.79 และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการมีค่าเฉลี่ย 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยรวมให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคารมีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรก ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ มีอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.22 มีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ความกว้างขวางสะอาด และทันสมัยของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.87 ความเป็นระเบียบและเรียบร้อยของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ที่นั่งคอยพอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.66 และบรรยากาศและมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการมีค่าเฉลี่ย 3.62