

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4 ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในกิจการ ลักษณะการจัดตั้งของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ รายได้ต่อปี ประเภทของวงเงินสินเชื่อ วงเงินสินเชื่อรวม (ตารางที่ 1 - 12)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4 ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 13 – 20)

ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4 ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 21 – 28)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4 จำแนกตามลักษณะการจัดตั้ง ประเภทธุรกิจ ยอดขายของกิจการต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม (ตารางที่ 29 – 60)

ส่วนที่ 5 ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4 จำแนกตามลักษณะการจัดตั้ง ประเภทธุรกิจ ยอดขายของกิจการต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม (ตารางที่ 61 – 92)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	196	65.33
หญิง	104	34.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	23	7.67
30-39 ปี	137	45.67
40-49 ปี	119	39.66
50-59 ปี	21	7.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.67 รองลงมา มีอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.66 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.67 และมีอายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	13	4.33
มัธยม หรือ ปวช.	44	14.67
อนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า	61	20.33
ปริญญาตรี	148	49.33
สูงกว่าปริญญาตรี	34	11.34
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.33 รองลงมา มีการศึกษาระดับอนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 20.30 มีการศึกษาระดับมัธยม หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 14.70 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.30 และมีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ

ตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ประธานกรรมการ	0	0.00
กรรมการผู้จัดการ	114	38.00
หุ้นส่วนผู้จัดการ	110	36.67
ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการฝ่ายบัญชีการเงิน	0	0.00
ผู้จัดการ	47	15.66
อื่น ๆ	29	9.67
รวม	300	100.0

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ เจ้าของกิจการ

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา มีตำแหน่งหุ้นส่วนผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 36.70 มีตำแหน่งผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 15.70 และมีตำแหน่งอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียน

ลักษณะการจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทมหาชนจำกัด	-	-
บริษัทจำกัด	151	50.30
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	120	40.00
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	-	-
อื่น ๆ	29	9.70
รวม	300	100.00

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ ลูกค้าไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ประกอบธุรกิจในนามส่วนตัว

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมามีการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 40.00 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	26	8.67
ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	11	3.67
ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ	43	14.33
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	17	5.67
ธุรกิจเกษตร	4	1.33
ธุรกิจอาหารแช่แข็ง	2	0.67
ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	14	4.67
ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	24	8.00
ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป	5	1.67
ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง	20	6.66
ธุรกิจปั้มน้ำมัน	15	5.00
ธุรกิจเครื่องหนัง	13	4.33
ธุรกิจร้านอาหาร	22	7.33
ธุรกิจอื่น ๆ	84	28.00
รวม	300	100.00

หมายเหตุ ธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ ร้านขายยา, ร้านขายของชำ, ร้านขายหนังสือ, ร้านเกมส์คอมพิวเตอร์, ร้านจำหน่ายผลไม้, ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม, ร้านขายอุปกรณ์มือถือ, ร้านรับถ่ายเอกสาร และสิ่งพิมพ์, ร้านจำหน่ายเครื่องสำอางค์,

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทำธุรกิจอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาทำธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 14.33 ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 8.67 ทำธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ คิดเป็นร้อยละ 8.00 ทำธุรกิจร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 7.33 ทำธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 6.66 ธุรกิจอัญมณี เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 5.67 ธุรกิจปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ทำธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 4.67 ทำธุรกิจเครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 4.33 ทำธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 3.70 ทำธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป คิดเป็นร้อยละ 1.67 ธุรกิจเกษตร คิดเป็นร้อยละ 1.33 ทำธุรกิจอาหารแช่แข็ง คิดเป็นร้อยละ 0.67ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	92	30.67
1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท	171	57.00
5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท	10	3.33
10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท	-	-
15 ล้านบาทขึ้นไป	-	-
ไม่ตอบแบบสอบถาม	27	9.00
รวม	300	100.00

หมายเหตุ ไม่ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากลูกค้าไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีเงินทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมามีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.67 มีเงินทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.33 และไม่ได้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	42	14.00
5 – 10 ปี	114	38.00
11 – 15 ปี	112	37.33
16 – 20 ปี	19	6.33
21 ปีขึ้นไป	13	4.34
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 - 10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.33 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.00 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.33 และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 21 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ยอดขาย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	65	21.67
1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท	178	59.33
5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท	56	18.67
10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท	1	0.33
15 ล้านบาทขึ้นไป	-	-
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มียอดขายที่ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.33 รองลงมา มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.67 มียอดขายที่ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.70 และมียอดขายที่ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินเชื่อกิจการที่มีกับธนาคาร

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
เบิกเงินเกินบัญชี	125	41.67
เงินกู้	124	41.33
ตัวสัญญาใช้เงิน	28	9.33
หนังสือค้ำประกัน	14	4.67
รับรองตัว, อาวัลตัว	-	-
หนังสือรับรองเครดิต	1	0.33
ด้านธุรกิจต่างประเทศ	8	2.67
อื่น ๆ	-	-
รวม	300	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีสินเชื่อประเภทเบิกเงินเกินบัญชี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมามีสินเชื่อประเภทเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 41.33 มีสินเชื่อประเภท ตัวสัญญาใช้เงิน คิดเป็นร้อยละ 9.33 มีสินเชื่อประเภทหนังสือค้ำประกัน ร้อยละ 4.67 มีสินเชื่อด้านธุรกิจต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.67 และมีสินเชื่อประเภทหนังสือรับรองเครดิต คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่มีกับธนาคาร

วงเงินสินเชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	45	15.00
1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท	203	67.67
5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท	42	14.00
10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท	10	3.33
15 ล้านบาทขึ้นไป	-	-
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีวงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.67 รองลงมามีวงเงินสินเชื่อ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีวงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.00 และมีวงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสม
การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	56	18.67
ด้านราคา	148	49.33
ด้านสถานที่ให้บริการ	25	8.33
ด้านส่งเสริมการตลาด	7	2.33
ด้านบุคลากร	53	17.67
ด้านกระบวนการให้บริการ	8	2.67
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกปัจจัยด้านราคา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา เลือกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 18.67 เลือกปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 17.67 เลือกปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 8.33 เลือกปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 2.67 เลือกปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.33 และเลือกปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านาคกรกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคนครหลวง 4

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก	17 5.67%	188 62.67%	93 31.00%	1 0.33%	1 0.33%	300 100%	3.73 (มาก)	3
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	62 20.67%	232 77.33%	1 0.33%	4 1.33%	1 0.34%	300 100%	4.17 (มาก)	1
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	41 13.67%	170 56.67%	85 28.33%	4 1.33%	-	300 100%	3.83 (มาก)	2
เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน	5 1.67%	95 31.67%	197 65.66%	3 1.00%	-	300 100%	3.34 (ปานกลาง)	4
มีบริการที่ครบวงจร	3 1.00%	77 25.67%	215 71.67%	4 1.33%	1 0.33%	300 100%	3.26 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.67 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า, ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกันและมีบริการที่ครบวงจร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17, 3.83, 3.73, 3.34 และ 3.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
อัตราดอกเบี้ย	204 68.00%	94 31.33%	2 0.67%	-	-	300 100%	4.67 (มากที่สุด)	1
อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้าน ต่างประเทศ)	114 38.00%	184 61.33%	2 0.67%	-	-	300 100%	4.37 (มาก)	2
ค่าธรรมเนียมในการ จัดการให้กู้	1 0.33%	225 75.00%	74 24.67%	-	-	300 100%	3.76 (มาก)	4
ค่าธรรมเนียมประเมิน ราคาหลักประกัน	1 0.33%	209 69.67%	90 30.00%	-	-	300 100%	3.70 (มาก)	5
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อ งวด	1 0.33%	260 86.67%	39 13.00%	-	-	300 100%	3.87 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม							4.07 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย, อัตราค่าธรรมเนียม(หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.67, 4.37, 3.87, 3.76 และ 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง	2 0.67%	129 43.00%	169 56.33%	-	-	300 100%	3.44 (ปานกลาง)	2
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	1 0.33%	190 63.33%	109 36.34%	-	-	300 100%	3.64 (มาก)	1
สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย	-	54 18.00%	246 82.00%	-	-	300 100%	3.18 (ปานกลาง)	3
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก	-	22 7.33%	277 92.33%	1 0.33%	-	300 100%	3.07 (ปานกลาง)	4
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	-	23 7.67%	267 89.00%	10 3.33%	-	300 100%	3.04 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.27 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง, สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก และติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64, 3.44, 3.18, 3.07 และ 3.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	-	1 0.33%	213 71.00%	86 28.67%	-	300 100%	2.72 (ปานกลาง)	3
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน	-	-	105 35.00%	190 63.33%	5 1.67%	300 100%	2.33 (น้อย)	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	-	30 10.00%	112 37.33%	158 52.67%	-	300 100%	2.57 (ปานกลาง)	4
มีส่วนลดหรืองดคิดค่าธรรมเนียม	-	54 18.00%	188 62.67%	58 19.33%	-	300 100%	2.99 (ปานกลาง)	1
มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	-	64 21.33%	167 55.67%	68 22.67%	1 0.33%	300 100%	2.98 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม							2.72 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรืองดคิดค่าธรรมเนียม, มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ และ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.99, 2.98, 2.72, 2.57 และ 2.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย	-	44 14.67%	108 36.00%	145 48.33%	3 1.00%	300 100%	2.64 (ปานกลาง)	5
ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน	-	65 21.67%	149 49.67%	84 28.00%	2 0.66%	300 100%	2.92 (ปานกลาง)	4
ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน	16 5.33%	83 27.67%	159 53.00%	36 12.00%	6 2.00%	300 100%	3.22 (ปานกลาง)	1
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	4 1.00%	82 27.33%	178 59.33%	33 11.00%	4 1.34%	300 100%	3.16 (ปานกลาง)	2
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	1 0.33%	59 23.00%	159 53.00%	68 22.67%	3 1.00%	300 100%	2.99 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม							2.99 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน, พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน และการติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22, 3.16, 2.99, 2.92 และ 2.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน
กระบวนการ การให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	6 2.00%	180 60.00%	114 38.00%	-	-	300 100%	3.64 (มาก)	1
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1 0.33%	144 48.00%	155 51.67%	-	-	300 100%	3.49 (ปานกลาง)	2
มีการขอเอกสารที่ไม่ ยุ่งยากและซับซ้อน ใน การทำนิติกรรม	-	31 10.33%	269 89.67%	-	-	300 100%	3.10 (ปานกลาง)	3
มีระบบการทำงานที่ ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	-	9 3.00%	268 89.33%	23 7.67%	-	300 100%	2.95 (ปานกลาง)	4
มีความหลากหลายของ การให้บริการ และ สามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้	-	8 2.67%	172 57.33%	120 40.00%	-	300 100%	2.63 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.16 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการ การ
ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการ
อนุมัติสินเชื่อ, มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและ
ซับซ้อนในการทำนิติกรรม, มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้ และมีความ
หลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ย
3.64, 3.49, 3.10, 2.95 และ 2.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้าง และ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ภายในธนาคารมี บรรยากาศที่ดี ตกแต่ง ทันสมัยและสวยงาม	2 0.67%	105 35.00%	193 64.33%	-	-	300 100%	3.36 (ปานกลาง)	1
ภายในธนาคารมีความ เป็นระเบียบเรียบร้อย	1 0.33%	43 14.33%	254 84.67%	2 0.67%	-	300 100%	3.14 (ปานกลาง)	4
ความมีชื่อเสียง ความ มั่นคง และภาพพจน์ ของธนาคาร	-	45 15.00%	254 84.67%	1 0.33%	-	300 100%	3.15 (ปานกลาง)	3
มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ	3 1.00%	88 29.33%	209 69.67%	-	-	300 100%	3.31 (ปานกลาง)	2
ภายในธนาคารมีสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	-	27 9.00%	164 54.67%	109 36.33%	-	300 100%	2.73 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.14 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม, มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ ของธนาคาร, ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.36, 3.31, 3.15, 3.14 และ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดง สรุปค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาค นครหลวง 4

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	มาก	2
ด้านราคา	4.07	มาก	1
ด้านสถานที่ให้บริการ	3.27	ปานกลาง	3
ด้านส่งเสริมการตลาด	2.72	ปานกลาง	7
ด้านบุคลากร	2.99	ปานกลาง	6
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.16	ปานกลาง	4
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.14	ปานกลาง	5
รวม	3.29	ปานกลาง	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07, 3.67, 3.27, 3.16, 3.14, 2.99 และ 2.72 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านาคาการกรงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคนครหลวง 4

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
มีประเภทสินเชื่อที่ให้เลือกน้อย	-	31 10.33%	248 82.67%	21 7.00%	-	300 100%	3.03 (ปานกลาง)	3
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ	-	143 47.67%	156 52.00%	1 0.33%	-	300 100%	3.47 (ปานกลาง)	1
ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป	-	127 42.33%	172 57.33%	1 0.34%	-	300 100%	3.42 (ปานกลาง)	2
หลักประกัน/ภาระค่าประกันมากเกินไป	-	3 1.00%	191 63.67%	106 35.33%	-	300 100%	2.66 (ปานกลาง)	4
มีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร	-	-	176 58.67%	124 41.33%	-	300 100%	2.59 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.03 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งปัญหาปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ, ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่ให้เลือกน้อย, หลักประกัน/ภาระค่าประกันมากเกินไป และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47, 3.42, 3.03, 2.66 และ 2.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้าน
ราคา

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่า ธนาคารอื่น	27 9.00%	142 47.33%	131 43.67%	-	-	300 100%	3.65 (มาก)	1
อัตราค่าธรรมเนียมสูง/ มากกว่าธนาคารอื่น (หนังสือค้ำประกัน, ด้าน ต่างประเทศ)	9 3.00%	124 41.33%	167 55.67%	-	-	300 100%	3.47 (มาก)	2
ค่าธรรมเนียมในการ จัดการให้กู้สูง/มากกว่า ธนาคารอื่น	1 0.33%	32 10.67%	259 86.33%	8 2.67%	-	300 100%	3.09 (ปานกลาง)	3
ค่าธรรมเนียมประเมิน ราคาหลักประกันสูง/ มากกว่าธนาคารอื่น	1 0.33%	32 10.67%	238 79.33%	29 9.67%	-	300 100%	3.02 (ปานกลาง)	4
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อ งวดสูง/มากกว่าธนาคาร อื่น	11 3.67%	11 3.67%	251 83.66%	27 9.00%	-	300 100%	3.02 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.25 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวม
อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ
เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น, อัตราค่าธรรมเนียมสูง/
มากกว่าธนาคารอื่น(หนังสือค้ำประกัน,ด้านต่างประเทศ), ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/
มากกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวน
เงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65, 3.47, 3.09, 3.02 และ 3.02
ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง	2 0.67%	46 15.33%	205 68.33%	43 14.33%	4 1.34%	300 100%	3.00 (ปานกลาง)	5
มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	2 0.67%	71 23.67%	167 55.66%	54 18.00%	6 2.00%	300 100%	3.03 (ปานกลาง)	4
สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และล้าสมัย	4 1.33%	106 35.33%	168 56.00%	22 7.34%	-	300 100%	3.31 (ปานกลาง)	1
ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ	2 0.67%	63 21.00%	216 72.00%	19 6.33%	-	300 100%	3.16 (ปานกลาง)	3
ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้	3 1.00%	59 19.67%	209 69.67%	26 8.66%	3 1.00%	300 100%	3.20 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม							3.14 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และล้าสมัย, ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.31, 3.20, 3.16, 3.03 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ	-	-	101 33.67%	180 60.00%	19 6.33%	300 100%	2.27 (น้อย)	3
ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัยและไม่ครบถ้วน	-	-	44 14.67%	177 59.00%	79 26.33%	300 100%	1.88 (น้อย)	5
ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย	-	-	101 33.67%	179 59.67%	20 6.66%	300 100%	2.27 (น้อย)	4
ไม่มีส่วนลด หรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม	-	1 0.33%	97 32.33%	186 62.00%	16 5.34%	300 100%	2.28 (น้อย)	2
ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	-	7 2.33%	99 33.00%	178 59.33%	16 5.34%	300 100%	2.32 (น้อย)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							2.20 (น้อย)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.20 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย, ไม่มีส่วนลด หรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม, ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ และไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัยและไม่ครบถ้วน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.32, 2.28, 2.27, 2.27 และ 1.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร

ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
พนักงานให้คำแนะนำ และ คำปรึกษาไม่ชัดเจน	-	40 13.33%	139 46.33%	120 40.00%	1 0.34%	300 100%	2.73 (ปานกลาง)	5
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า	-	40 13.33%	177 59.00%	83 27.67%	-	300 100%	2.86 (ปานกลาง)	3
พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาด มนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง และไม่มีมารยาท	-	-	240 80.00%	60 20.00%	-	300 100%	2.80 (ปานกลาง)	4
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่ เสมอภาค	-	16 5.33%	230 76.67%	54 18.00%	-	300 100%	2.87 (ปานกลาง)	2
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	-	18 6.00%	236 78.67%	46 15.33%	-	300 100%	2.91 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							2.83 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท และพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาไม่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.91, 2.87, 2.86, 2.80 และ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้าน
กระบวนการ การให้บริการ

ปัญหาปัจจัยด้าน กระบวนการ การให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การให้คำตอบในการ อนุมัติสินเชื่อล่าช้า	-	56 18.67%	171 57.00%	73 24.33%	-	300 100%	2.94 (ปานกลาง)	1
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ ยุ่งยากซับซ้อน	-	51 17.00%	163 54.33%	86 28.67%	-	300 100%	2.88 (ปานกลาง)	2
มีการขอเอกสารที่ยุ่งยาก และซับซ้อน	-	-	167 55.67%	133 44.33%	-	300 100%	2.56 (ปานกลาง)	3
การทำงาน มีความ ผิดพลาดบ่อย	-	-	145 48.33%	154 51.33%	1 0.34%	300 100%	2.48 (น้อย)	4
มีความหลากหลายของ การให้บริการน้อย และ ไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ได้	-	-	140 46.67%	141 47.00%	19 6.33%	300 100%	2.40 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม							2.65 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ
การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.65 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
ให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า, มี
ขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยาก และซับซ้อน, การทำงานมี
ความผิดพลาดบ่อย และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความ
ต้องการของลูกค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.94, 2.88, 2.56, 2.48 และ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ภายในธนาคารมี เครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงานไม่ทันสมัย	-	-	154 51.33%	146 48.67%	-	300 100%	2.51 (ปานกลาง)	5
ภายในธนาคารไม่มีความ เป็นระเบียบเรียบร้อย	-	-	174 58.00%	126 42.00%	-	300 100%	2.58 (ปานกลาง)	4
ชื่อเสียง และความมั่นคง ของธนาคารต่ำกว่า ธนาคารอื่น	-	-	223 74.33%	75 25.00%	2 0.67%	300 100%	2.74 (ปานกลาง)	3
มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ	-	4 1.33%	258 86.00%	38 12.67%	-	300 100%	2.89 (ปานกลาง)	1
ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	-	-	238 79.33%	62 20.67%	-	300 100%	2.79 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม							2.70 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งปัจจัยย่อยทุกปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ, ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียง และความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น, ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.89, 2.79, 2.74, 2.58 และ 2.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดง สรุปค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการ
ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาค
นครหลวง 4

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.03	ปานกลาง	3
ด้านราคา	3.25	ปานกลาง	1
ด้านสถานที่ให้บริการ	3.14	ปานกลาง	2
ด้านส่งเสริมการตลาด	2.20	น้อย	7
ด้านบุคลากร	2.83	ปานกลาง	4
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.65	ปานกลาง	6
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.70	ปานกลาง	5
รวม	2.83	ปานกลาง	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสม
การตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มาก
ที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัย
ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25, 3.14, 3.03, 2.83, 2.70, 2.65 และ 2.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคาร
กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4
จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง ประเภทธุรกิจ ยอดขายของกิจการต่อปี และ
วงเงินสินเชื่อรวม

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้
ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	4.19 (มาก)	4.10 (มาก)	4.34 (มาก)
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)
เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
มีบริการที่ครบวงจร	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.85 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.79 มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.72 เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.35 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.82 มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.70 เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.29 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 4.07 มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.90 เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.48 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านราคา	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
อัตราดอกเบี้ย	4.66 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)	4.24 (มาก)
ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.55 (มาก)
ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 4.41 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 4.36 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.87 ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 4.24 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 4.00 และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.55 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.69 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (ปานกลาง)
สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย	3.13 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 สถานที่กว้างขวางสะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.13 ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.06 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 สถานที่กว้างขวางสะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.22 ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.08 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมา คือ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 สถานที่กว้างขวางสะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.31 ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.10 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจัดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำบริการ	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน	2.34 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.28 (น้อย)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	2.53 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม	3.06 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	3.05 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.74 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.05 มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.72 การ

โฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.53 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.34 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.71 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือเครดิตค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.92 มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.74 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.61 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.65 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรือเครดิตค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.79 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.66 มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.62 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านบุคลากร	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	2.60 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน	2.88 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน	3.21 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.15 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	2.99 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.97 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.15 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.99 ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.88 การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.28 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.17 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.99 ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.96 การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.67 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.14 รองลงมา คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.07 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 และการติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.51 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม	3.09 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	2.93 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
มีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	2.60 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.16 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.51 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการ

ทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.09 มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.93 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.46 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.12 มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.99 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.64 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.48 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.10 มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.90 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และ ลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย และสวยงาม	3.30 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.10 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ ของธนาคาร	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ	3.25 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	2.66 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย และสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ มีค่าเฉลี่ย 3.13 ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.10 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.66 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย และสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.37 ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.18 ความมีชื่อเสียง ความ

มันคง และภาพพจน์ มีค่าเฉลี่ย 3.16 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.77 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคาร มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม, มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.21 ความมีชื่อเสียง ความมันคง และภาพพจน์ มีค่าเฉลี่ย 3.17 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดง สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.85 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.74 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.97 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	3.16 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09, 3.66, 3.27, 3.16, 3.09, 2.97 และ 2.74 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมี

ผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08, 3.63, 3.28, 3.18, 3.17, 3.01 และ 2.71 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99, 3.85, 3.29, 3.22, 3.14, 2.99 และ 2.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีประเภท สินค้าที่หลากหลายให้เลือก	วงเงินสินเชื่อที่ ธนาคารให้แก่ ลูกค้า	ระยะเวลาการ ผ่อนชำระ	เงื่อนไข หลักประกัน/ ภาระค้ำประกัน	มีบริการที่ ครบวงจร	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.82 (มาก)	4.27 (มาก)	4.09 (มาก)	3.73 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.63 (มาก)	4.16 (มาก)	3.81 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	3.53 (มาก)	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)	3.59 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
เกษตร	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
อาหารแช่แข็ง	4.00 (มาก)	4.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (มาก)	2.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	4.29 (มาก)	4.36 (มาก)	4.21 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	3.83 (มาก)	4.17 (มาก)	3.67 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
จำหน่ายไม้แปรรูป	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.45 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.50 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	3.87 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
เครื่องหนัง	3.77 (มาก)	4.15 (มาก)	3.62 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ร้านอาหาร	3.86 (มาก)	4.27 (มาก)	4.14 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.71 (มาก)	4.20 (มาก)	3.83 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก,
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือกและ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.65, 3.58 และ 3.15 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.12

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก และ เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.09, 3.82 และ 3.73 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.45

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.81, 3.63 และ 3.35 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.33

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.76, 3.59 และ 3.53 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.12

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, ระยะเวลาการผ่อนชำระ, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.75 และ 3.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, ระยะเวลาการผ่อนชำระ และเงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.50 และ 3.00 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.50

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, ระยะเวลาการผ่อนชำระ และ เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.29, 4.21 และ 4.07 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.86

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, ระยะเวลาการผ่อนชำระ, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.83, 3.67 และ 3.25 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.21

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, ระยะเวลาการผ่อนชำระ, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.60 และ 3.40 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.20

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.45 และ 3.15 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.05

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.87, 3.80 และ 3.40 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.27

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, ระยะเวลาการผ่อนชำระ, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.77, 3.62 และ 3.08 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.92

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.14, 3.86 และ 3.36 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.32

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก, มีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.86, 3.71 และ 3.29 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระการค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.27

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	อัตราคอเบีย	อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือ ค่าประกัน)	ค่าธรรมเนียม ในการจัดการ ให้กู้	ค่าธรรมเนียม ประเมินราคา หลักประกัน	จำนวนเงินที่ ผ่อนชำระต่อ งวด	ค่าเฉลี่ย รวม
รับเหมาก่อสร้าง	4.73 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)	3.96 (มาก)	4.18 (มาก)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	4.45 (มาก)	4.27 (มาก)	3.45 (มาก)	3.36 (มาก)	3.55 (มาก)	3.82 (มาก)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	4.70 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.88 (มาก)	4.05 (มาก)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	4.71 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)
เกษตร	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	3.50 (มาก)	3.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
อาหารแช่แข็ง	5.00 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)	3.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	4.79 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.71 (มาก)	4.04 (มาก)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	4.67 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)
จำหน่ายไม้แปรรูป	4.80 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)	3.40 (มาก)	3.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)
ปืมน้ำมัน	4.80 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	4.15 (มาก)
เครื่องหนัง	4.54 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)
ร้านอาหาร	4.59 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.95 (มาก)	4.01 (มาก)
ธุรกิจอื่น ๆ	4.67 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)	3.87 (มาก)	4.07 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.73 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.46, 3.96 และ 3.92 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.85

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.27, 3.55 และ 3.45 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.36

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.33, 3.88 และ 3.70 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.65

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด และ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.41, 3.88 และ 3.71 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.65

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.25, 4.00 และ 3.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.25

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค่าประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดและค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.50, 4.00 และ 3.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.79 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค่าประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดและ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.50, 3.71 และ 3.64 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.57

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค่าประกัน) และจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดและค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.46, 3.88 และ 3.83 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.79

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมา คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค่าประกัน) และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.80 และ 3.40 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.20

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค่าประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดและค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.50, 3.90 และ 3.85 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.80

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.53, 3.87 และ 3.80 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.73

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.08, 3.85 และ 3.77 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.62

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.09, 3.95 และ 3.73 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.68

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน), จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด และ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 4.43, 3.87 และ 3.81 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.79

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านสถานที่ ให้บริการ	ทำเลที่ตั้งของ ธนาคารอยู่ ใกล้ สะดวก	มีสถานที่จอดรถ เพียงพอ	สถานที่กว้าง ขวาง สะอาด ทันสมัย	ธนาคารมี จำนวนสาขา มาก	ติดต่อทาง โทรศัพท์ได้ สะดวก	ค่าเฉลี่ยรวม
รับหมากก่อสร้าง	3.38 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่อง ประดับ	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
เกษตร	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	4.00 (มาก)	4.50 (มาก)	3.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	3.54 (มาก)	3.79 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.60 (ปานกลาง)	3.80 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.38 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.42 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก,
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.38, 3.19 และ 3.04 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.64, 3.27 และ 3.08 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.35, 3.14 และ 3.02 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.65, 3.06 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.94

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก และสถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.50 และ 3.25 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก, ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.50 และ 3.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.29 และ 2.93 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.86

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.54, 3.25 และ 3.17 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.13

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก และ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.60, 3.40 และ 3.20 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.15 และ 3.10 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก และ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.47, 3.20 และ 3.13 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก และ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.38, 3.15 และ 3.08 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.41, 3.32 และ 3.14 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก, สถานที่กว้างขวาง สะอาด ทันสมัย และ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.42, 3.18 และ 3.06 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.05

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำบริการ	ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่าง ๆ	มีส่วนลดหรือคิดค่าธรรมเนียม	มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	2.92 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	2.64 (ปานกลาง)	2.27 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.63 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่องประดับ	2.47 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
เกษตร	2.75 (ปานกลาง)	1.75 (น้อย)	2.25 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.65 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	2.50 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.86 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	2.58 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.60 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	2.85 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.60 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	2.69 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	2.68 (ปานกลาง)	2.32 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	2.83 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 3.12 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคคค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.08, 2.92 และ 2.73 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.35

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคคค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.82, 2.64 และ 2.45 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.27

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 2.84 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคคค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.81, 2.63 และ 2.53 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.37

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรือคคคคค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 3.12 รองลงมา คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ, ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน และมีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 2.88, 2.76 และ 2.71 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.47

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.65 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคคค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ และ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.75 และ 2.25 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.75

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินเดือน/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคิดค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.00 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.57 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.86 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินเดือน/ดอกเบี้ย และมีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.64 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.43

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.63 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินเดือน/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคิดค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.92, 2.58 และ 2.37 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.29

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินเดือน/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคิดค่าธรรมเนียม, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ และ มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.00 และ 2.60 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.40

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินเดือน/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคคคิดค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ

บริการ และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.95, 2.85 และ 2.65 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.30

ธุรกิจปื้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคิดค่าธรรมเนียม, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.87, 2.60 และ 2.47 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.33

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.15 รองลงมา คือ มีส่วนลดหรือคิดค่าธรรมเนียม, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.08, 2.85 และ 2.69 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.54

ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.65 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรือคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.86 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.73, 2.68 และ 2.64 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.32

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลดหรือคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 3.11 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.08, 2.83 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.24

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	ความรู้, ความสามารถ, ความชำนาญ และการแก้ไข ปัญหาที่รวดเร็ว	ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองมีมารยาทที่ดี	พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ยรวม
รับหมากก่อสร้าง	2.65 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.47 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
อัญมณี และ เครื่องประดับ	2.35 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
เกษตร	2.75 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	2.50 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	2.29 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	2.96 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.60 (น้อย)	3.20 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	2.33 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.33 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	2.77 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	2.59 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	2.81 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งในรายละเอียด ของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.81 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี และการติดต่อสื่อสารมีการอธิบาย อย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.77, 2.73 และ 2.65 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับ น้อย คือ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 2.62

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่ มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็น กันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มี ค่าเฉลี่ย 3.45, 3.27 และ 3.18 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.09 รองลงมา คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.02, 2.77 และ 2.72 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจ ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.47

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.87 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.12 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.06, 3.00 และ 2.82 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจ ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.35

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มี ค่าเฉลี่ย 3.45 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ความรู้

ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว, พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.75, 3.50 และ 3.25 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.75

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.50 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.50

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.07 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.86 และ 2.71 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.29

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.46, 3.21 และ 3.13 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.96

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.40, 3.20 และ

3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.60

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 2.90, 2.80 และ 2.70 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.45

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.13 รองลงมา คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.07, 2.87 และ 2.73 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.33

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.38, 3.15 และ 2.92 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.77

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมา คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.23, 3.86 และ 2.91 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.59

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง มีมารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ, ความรู้ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.23, 3.10 และ 3.07 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.81



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	การให้ คำตอบที่ รวดเร็วใน การอนุมัติ สินเชื่อ	มีขั้นตอน อนุมัติสินเชื่อที่ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	มีการขอ เอกสารที่ไม่ ยุ่งยากและ ซับซ้อน	มีระบบการทำ งานที่ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	มีความ หลากหลาย ของการให้ บริการและ สามารถตอบ สนองลูกค้า	ค่าเฉลี่ยรวม
รับหมากก่อสร้าง	3.65 (มาก)	3.54 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.65 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	3.76 (มาก)	3.59 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
เกษตร	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.40 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.43 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	3.63 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.96 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.35 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.97 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน และ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.54, 3.08 และ 2.92 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.65

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.55, 3.27 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.82

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน และ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.49, 3.09 และ 3.02 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.65

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.59, 3.06, 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.59

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.25 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.75

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน และ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.50 และ 3.00 มีหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.29, 3.07 และ 2.86 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.36

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.42, 3.08 และ 2.88 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.58

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.00, 2.80

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.40

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.05 และ 2.80 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.45

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.73, 3.07 และ 2.93 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.73

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.62, 3.08 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.69

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.45, 3.09 และ 2.95 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.64

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.51, 3.14 และ 2.98 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการและสามารถตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.68



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ภายในธนาคาร มีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัย สวยงาม	ภายในธนาคาร เป็นระเบียบ เรียบร้อย เช่น อุปกรณ์ เอกสารสินเชื่อ	ความมี ชื่อเสียง ความ มั่นคง ภาพจน์ ของ ธนาคารดี	มีเก้าอี้นั่งพัก เพียงพอ	ภายใน อาคารมีสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	ค่าเฉลี่ยรวม
รับหมาก่อสร้าง	3.35 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.27 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.53 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่อง ประดับ	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
เกษตร	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.75 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.50 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.46 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.80 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.70 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.31 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.36 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.31 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มี ค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การ จัดวางเอกสารสินเชื่อ และ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.27, 3.12 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.58

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งในรายละเอียดของ แต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่ง พักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีการตกแต่งทันสมัย สวยงาม, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ และ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.27, 3.18 และ 3.09 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.73

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ภายในธนาคาร เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ และ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ ของธนาคารที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.49, 3.30 และ 3.19 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.84

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละ ปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพัก เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.18 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี และ ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.12, 3.06 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใน ระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.76

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่

มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ และ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.25 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.75

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ และ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี มีค่าเฉลี่ย 3.00, 3.00 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี มีค่าเฉลี่ย 3.29, 3.21 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.71

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.17, 3.13 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.46

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี, มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร

สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.60, 3.40 และ 3.20 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี และ ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.60, 3.50 และ 3.40 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.20

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี และ ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.13, 3.07 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.53

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารดี, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.31, 3.23 และ 3.15 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.41 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ และ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.36, 3.18 และ 3.09 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.86

ธุรกิจอื่น ๆ ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัยสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.31 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ของธนาคารที่ดี, ภายในธนาคารเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.18, 3.13 และ 3.10 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.63



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ปัจจัย ด้าน ราคา	ปัจจัยด้าน สถานที่ ให้บริการ	ปัจจัย ด้านการ ส่งเสริม การ ตลาด	ปัจจัย ด้าน บุคลากร	ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ปัจจัยด้าน การสร้ง และนำ เสนอ ลักษณะ ทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย รวม
รับหมวกก่อสร้าง	3.50 (มาก)	4.18 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.67 (มาก)	4.05 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่อง ประดับ	3.66 (มาก)	4.07 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
เกษตร	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)	3.60 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.30 (น้อย)	3.40 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	3.63 (มาก)	4.13 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.68 (มาก)	3.84 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.42 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	3.69 (มาก)	4.15 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.51 (มาก)	3.97 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.79 (มาก)	4.01 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.67 (มาก)	4.07 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.26, 3.16, 3.06 และ 2.84 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 2.72

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.82, 3.36, 3.29, 3.24 และ 3.13 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.64

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.67, 3.27, 3.21, 3.18 และ 2.81 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.64

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.66, 3.27, 3.20, 3.02 และ 2.87 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.79

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้าน

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.70, 3.60, 3.45, 3.25 และ 3.25 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.65

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.70, 3.50, 3.40, 3.30, 3.10 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.80

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.04, 3.24, 3.14, 3.00 และ 2.79 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.57

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.63, 3.38, 3.25, 3.12 และ 2.99 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.63

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.68, 3.40, 3.40, 3.16 และ 2.96 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.92

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.48, 3.42, 3.17, 2.97 และ 2.83 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.75

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.69, 3.31, 3.27, 2.99 และ 2.80 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.64

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.51, 3.25, 3.23, 3.23 และ 3.15 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.86

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.79, 3.29, 3.18, 3.14 และ 2.97 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.65

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.67, 3.27, 3.20, 3.12 และ 3.07 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.75

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
มีประเภทสินค้าที่หลากหลายให้เลือก	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มากที่สุด)	-
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	4.28 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	-
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	4.03 (มาก)	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	-
เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค่าประกัน	3.49 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (มาก)	-
มีบริการที่ครบวงจร	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (มาก)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีประเภทสินค้าที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.91 เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค่าประกัน และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.49 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.79 มีประเภทสินค้าที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.64 เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค่าประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.30 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.70 เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.30 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก และระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.00, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	4.72 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	5.00 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ)	4.29 (มาก)	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	3.60 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.72 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.29, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.88, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.36, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.88, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.73 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.52, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.87, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.84 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.00, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง	3.43 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย	3.26 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก	3.09 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	3.05 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.37 สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.26 ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.09 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.15 ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.06 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.18 ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.09 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย ธนาคารมีจำนวนสาขามาก และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	2.66 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน	2.29 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.38 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	2.58 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีส่วนลด หรือคิดค่าธรรม-เนียม	2.95 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	2.89 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.67 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.67 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.89, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.66, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.58 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.29 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 3.01 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.99, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.72, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.56 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.74 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.02 รองลงมา คือ มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.93, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.75, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.59 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.38 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม และมีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.00 รองลงมา คือ มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ, ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
การติดต่อสื่อสารมีอธิบายอย่าง ถูกต้อง และเข้าใจง่าย	2.85 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของ พนักงาน	3.18 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็น กันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน	3.45 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.35 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.28 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.35, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.28, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.18 และการติดต่อสื่อสารมีอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.12 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่าง

เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.07, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.88, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.81 และการติดต่อสื่อสารมือธบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.54 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.20, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.00, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.96 และการติดต่อสื่อสารมือธบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.71 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การติดต่อสื่อสารมือธบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย, ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน, ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและมีมารยาทที่ดีของพนักงาน, พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติ สินเชื่อ	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)	4.00 (มาก)
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.34 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม	3.11 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และ เชื่อถือได้	2.94 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีความหลากหลายของการให้ บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้	2.62 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.34, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.11, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.94 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.62 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.54, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.11, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.97 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.66 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.46, มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.07, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.91 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.54 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และมีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.00 รองลงมาคือ มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อนในการทำนิติกรรม, มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้, มีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการ ต่อปี

ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.49 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.34 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ ของธนาคาร	3.23 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีเก้าอี้ที่นั่งพักเพียงพอ	3.45 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	2.89 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมา คือ มีเก้าอี้ที่นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.45, ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.34, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.23 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.89 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมา คือ มีเก้าอี้ที่นั่งพัก

เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.30, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.12, ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.11 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.72 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมา คือ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.20, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.12, ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.02 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.55 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม, ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย, ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร, มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้าน บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)	-
ปัจจัยด้านราคา	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	3.60 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.28 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.67 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.22 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	3.10 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.28 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.02, 3.82, 3.28, 3.28, 3.22, 3.10 และ 2.67 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.07, 3.61, 3.27, 3.19, 3.12, 2.88, 2.72 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.15, 3.64, 3.29, 3.13, 3.03, 3.02 และ 2.74 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.80, 3.60, 3.40, 3.40, 3.20, 3.00 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)	-
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	-
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	4.07 (มาก)	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	-
เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค่า ประกัน	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	-
มีบริการที่ครบวงจร	3.36 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 4.07, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.87, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค่าประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.44 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.36 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.81, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.70, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค่าประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.33 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.76, ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.67, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.29 และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 3.80, มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.50, เงื่อนไขหลักประกัน/ภาระค้ำประกัน และมีบริการที่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน 3.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
อัตราดอกเบี้ย	4.71 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	-
อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	-
ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	-
ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน	3.62 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	-
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	3.96 (มาก)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.36, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.91, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.64 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.36, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.86, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.55, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.90, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.83 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.96 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มีค่าเฉลี่ย 4.20, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด มีค่าเฉลี่ย 3.80, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกต่อการเดินทาง	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	-
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.56 (มาก)	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	-
สถานที่กว้างขวาง สะอาด และ ทันสมัย	3.22 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	-
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก	3.11 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	3.07 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.49, สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.22, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.11 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับวงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.43, สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.17, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.05 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.43, สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.19, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก มีค่าเฉลี่ย 3.12 และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.50, สถานที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.20, ธนาคารมีจำนวนสาขามาก และการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	2.64 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	-
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน	2.29 (ปานกลาง)	2.32 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)	-
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	2.49 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	-
มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม	2.98 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.60 (น้อย)	-
มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	2.89 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.70 (น้อย)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	2.66 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.98 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.89, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.64, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.49 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.29 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.73 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีส่วนลด หรือคคคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 3.01 รองลงมา คือ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย

3.00, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.73, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.59 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.32 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมา คือ มีส่วนลด หรือองค์การค้าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.98, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.71, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.52 และข้อมูลสารสนเทศทันสมัย และครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.36 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.74 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมา คือ มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.80, ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน และมีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.70, และมีส่วนลด หรือองค์การค้าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
การติดต่อสื่อสารมีกรอธบาย อย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย	2.60 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	-
ความรู้ ความสามารถ ความ ชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่ รวดเร็วของพนักงาน	2.84 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	-
ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ ดีของพนักงาน	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	-
พนักงานให้บริการลูกค้าอย่าง เสมอภาค	3.09 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	2.91 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้
ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.87 ซึ่งใน
รายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย
ดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และพนักงาน
ให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.09 รองลงมาคือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มี
ค่าเฉลี่ย 2.87 ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มี
ค่าเฉลี่ย 2.76 และการติดต่อสื่อสารมีกรอธบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.56 ตามลำดับ
วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละ
ปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ

มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.22 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.14 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.96 ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.92 และการติดต่อสื่อสารมีอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.62 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.19 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.95 ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.86 และการติดต่อสื่อสารมีอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.69 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.78 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.00 ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.90 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.80 ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.70 และการติดต่อสื่อสารมีอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาทขึ้นไป
การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	3.47 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	-
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.38 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	-
มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	-
มีระบบการทำงาน ที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	2.93 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	-
มีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	2.62 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.04 มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.93 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.62 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วใน

การอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.51 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.10 มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.97 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.65 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.45 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.10 มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.90 และมีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.64 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.40 มีความหลากหลายของการให้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีการขอเอกสารที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ในการทำนิติกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.10 และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาทขึ้นไป
ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.56 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	-
ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.42 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	-
ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ ของธนาคาร	3.38 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
มีเก้าอี้ที่นั่งพักเพียงพอ	3.56 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	-
ภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	3.09 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียง ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มี ค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาคือ มีเก้าอี้ที่นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.42 ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.38 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียด ของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายใน ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.32 รองลงมาคือ มีเก้าอี้ที่นั่งพัก เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.12

ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.10 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.69 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.24 รองลงมา คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัย และสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.19 ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.07 ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.02 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.52 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัยและสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีเก้าอี้นั่งพักเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.30 ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.00 และภายในธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	-
ปัจจัยด้านราคา	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	3.96 (มาก)	-
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.66 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านกระบวนการ การ ให้บริการ	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	-
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.40 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อรวมต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.04, 3.81, 3.40, 3.29, 3.09, 2.91 และ 2.66 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัย

ด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.07, 3.64, 3.27, 3.18, 3.11, 3.10 และ 2.73 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.17, 3.62, 3.29, 3.16, 3.04, 3.01 และ 2.72 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อรวม 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.96, 3.58, 3.26, 3.23, 3.14, 2.78 และ 2.74 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของ
 ลูกค้านานาชาติกรู๊ปหรือยูธยา จำกัด (มหาชน) ภาคสินเชื่อนครหลวง 4
 จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง ประเภทธุรกิจ ยอดขายของกิจการต่อปี และ
 วงเงินสินเชื่อรวม

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
มีประเภทสินเชื่อให้เลือกน้อย	3.01 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป	3.39 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป	2.64 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
มีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร	2.60 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49
 มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้
 ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งใน
 รายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย
 ดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ
 ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีประเภทสินเชื่อให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.01
 หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.64 และมีบริการสินเชื่อที่ไม่ครบวงจร มี
 ค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.42 มีประเภทสินเชื่อให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.05 หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.67 และมีบริการสินเชื่อที่ไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.58 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระสั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.59 มีประเภทสินเชื่อให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.07 หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.72 และมีบริการสินเชื่อที่ไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือคำประกัน, ด้านต่างประเทศ) มากกว่าธนาคารอื่น	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (มาก)	3.55 (มาก)
ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น	3.03 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
จำนวนเงินผ่อนชำระต้องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น	3.03 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูงมากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.44 ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.09 ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต้องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.03 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูงมากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.09 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต้องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มี

ค่าเฉลี่ย 3.03 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูงมากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.03 ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.93 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 decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. On either side of the elephant, there is a stylized floral or sun-like symbol. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง	2.93 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	2.97 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และล้าสมัย	3.28 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้	3.06 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาดและล้าสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.28 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.14 ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.06 มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.97 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาดและล้าสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.18 มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.04 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และ ล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ และไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.21 ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง และมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำ และให้บริการ	2.28 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.24 (น้อย)
ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัย และไม่ครบถ้วน	1.91 (น้อย)	1.88 (น้อย)	1.76 (น้อย)
ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย	2.28 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.14 (น้อย)
ไม่มีส่วนลด หรือ ไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม	2.32 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.14 (น้อย)
ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	2.37 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.21 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.23 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.10 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.37 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลด หรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.32 ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ

ต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 และข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.91 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.29 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ และไม่มีโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 ไม่มีส่วนลด หรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.26 และข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.88 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.10 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.24 รองลงมาคือ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 ไม่มีโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีส่วนลด หรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 และข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ชัดเจน	2.73 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า	2.85 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง และไม่มีมารยาท	2.83 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค	2.89 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	2.91 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.84 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.89 พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.85 พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง และไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.83 และพนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.73 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า

พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.88 พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง และไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.79 พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.73 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.83 รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีกรแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.79 พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.76 มีค่าเฉลี่ย 2.88 พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ชัดเจน พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง และไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.69 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	2.95 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน	2.91 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน	2.61 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.48 (ปานกลาง)
มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย	2.54 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)	2.38 (ปานกลาง)
มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	2.46 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.31 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.20 (ปานกลาง)	1.86 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.91 มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.61 มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.54 และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.56 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.86 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93 มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.85 รองลงมา คือ มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.51 มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มี

ค่าเฉลี่ย 2.43 และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อยและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.36 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.60 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.97 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่อยู่อาศัยซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.86 มีการขอเอกสารที่อยู่อาศัยและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.56 มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.38 และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะ ทางกายภาพ	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย	2.52 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร	2.56 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ชื่อเสียง และความมั่นคง ต่ำกว่าธนาคารอื่น	2.74 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ	2.89 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.82 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.71 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

มีค่าเฉลี่ย 2.71 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.89 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.82 ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.74 ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.56 และภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.52 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.88 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.77 ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.76 ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.59 และภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.51 ตามลำดับ

กลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.68 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.86 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.76 ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.66 ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.62 และภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดง สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนจัดตั้ง

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	อื่น ๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.02 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.28 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.08 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.08 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.87 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	2.70 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	2.73 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.97 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.28, 3.08, 3.08, 3.02, 2.87, 2.73 และ 2.70 ตามลำดับ

นิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย

พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.28, 3.23, 3.22, 3.22, 3.03, 2.70 และ 2.64 ตามลำดับ

กลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.30, 3.23, 3.23, 3.13, 2.77, 2.71 และ 2.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	มีประเภท สินค้าที่ เลือกน้อย	วงเงินสินเชื่อที่ ธนาคารให้แก่ ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรง ตามความ ต้องการ	ระยะเวลาการ ผ่อนชำระหนี้ สั้นเกินไป	หลักประกัน/ ภาระค่า ประกันมาก เกินไป	มีบริการไม่ ครบวงจร	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	3.00 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	2.91 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.05 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่อง ประดับ	3.06 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
เกษตร	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.25 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.90 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.14 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	3.04 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.05 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.87 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.08 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.09 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.02 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย และ หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.35, 3.00 และ 2.62 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.58

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย และ หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.45, 2.91 และ 2.73 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.64

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.47, 3.05 และ 2.72 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.65

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมา คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.29, 3.06 และ 2.65 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.53

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย, ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป

และหลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.25, 3.25 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย และ หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.00 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย และ หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.57, 3.14 และ 2.71 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.64

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย และหลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.42, 3.04 และ 2.63 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.58

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เลือกน้อย และหลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.00 และ 2.40 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.20

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่

เล็กน้อย และหลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.45, 3.05 และ 2.70 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.60

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เล็กน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.40, 2.87 และ 2.60 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.53

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ, มีประเภทสินเชื่อที่เล็กน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.38, 3.08 และ 2.77 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.62

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เล็กน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.45, 3.09 และ 2.64 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.50

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป, มีประเภทสินเชื่อที่เล็กน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.42, 3.02 และ 2.65 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีบริการไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.63

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	อัตรา ดอกเบี้ยสูง กว่าธนาคาร อื่น	อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือ ค้ำประกัน) สูง กว่าธนาคาร อื่น	ค่าธรรมเนียม ในการจัดการ ให้สูงกว่า ธนาคารอื่น	ค่าธรรมเนียม ประเมินราคา หลักประกันสูง กว่าธนาคารอื่น	จำนวนเงินที่ ผ่อนชำระต่อ งวดสูงกว่า ธนาคารอื่น	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	3.65 (มาก)	3.54 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
เกษตร	3.50 (มาก)	3.25 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.50 (มาก)	3.00 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	3.67 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.60 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.90 (มาก)	3.50 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	3.67 (มาก)	3.47 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.92 (มาก)	3.54 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ อัตราธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.54, 3.15 และ 3.04 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.08

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ อัตราธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.64, 3.00 และ 2.91 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.82

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมา คือ อัตราธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.42, 3.16 และ 3.12 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.02

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ อัตราธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.53, 3.12 และ 3.06 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.88

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น และ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.25, 2.75 และ 2.75 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.50

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.50 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.57, 3.14 และ 3.07 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.42, 3.12 และ 3.08 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.04

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.20, 2.80 และ 2.60 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.40

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม(หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.15 และ 3.05 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.67, 3.27 และ 3.13 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.07

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.54, 2.92 และ 2.85 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.77

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.18 และ 3.09 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.05

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียม (หนังสือค้ำประกัน) สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูงกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.46, 3.10 และ 3.06 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูงกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.01

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก	มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด สีส้มย	ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ	ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้	ค่าเฉลี่ยรวม
รับhemาก่อสร้าง	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.79 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่องประดับ	2.71 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
เกษตร	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.50 (มาก)	4.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.29 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็กอุปกรณ์	2.92 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	3.20 (มาก)	3.80 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.93 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.05 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมา คือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ และมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.31, 3.27 และ 2.92 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.88

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก และไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.18, 3.09 และ 3.09 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ, สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.12, 3.09 และ 2.79 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.72

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.12 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ และไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.06 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.71

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ และ

สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.75 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 2.25

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก, สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.50 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ, ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก และไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.43, 3.29 และ 3.29 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.21

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมา คือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ และ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.29, 3.12 และ 3.04 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.92

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก และธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.40, 3.20 และ 3.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่

สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.40, 3.30 และ 3.15 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.10

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.13 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย, ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.07, 3.00 และ 2.93 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.87

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.23 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก และธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.15, 3.08 และ 2.92 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 2.77

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.18 รองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก และธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.14, 3.05 และ 3.00 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 2.95

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบไม่สะอาดล้ำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ, ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.27, 3.17 และ 3.08 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.07

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีพนักงาน ธนาคาร ออกไปแนะนำ และให้บริการ	ข้อมูลสาร สนเทศ ล้ำสมัย และ ไม่ครบถ้วน	ไม่มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย	ไม่มีส่วนลด หรือไม่มีการ ยกเว้น ค่าธรรมเนียม	ไม่มี ระยะเวลา การปลอด ชำระเงินต้น/ ดอกเบี้ย	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	2.35 (น้อย)	1.92 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.22 (น้อย)
ตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ รถจักรยานยนต์	2.27 (น้อย)	1.91 (น้อย)	2.09 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.16 (น้อย)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.19 (น้อย)	1.91 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.18 (น้อย)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	2.35 (น้อย)	2.12 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)
เกษตร	2.00 (น้อย)	1.50 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)
อาหารแช่แข็ง	2.50 (ปานกลาง)	1.50 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)
ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	2.21 (น้อย)	1.64 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.13 (น้อย)
จำหน่ายเหล็ก รูปพรรณ	2.33 (น้อย)	1.87 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.38 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.20 (น้อย)	1.80 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	2.20 (น้อย)	1.95 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.21 (น้อย)
ปั้มน้ำมัน	2.27 (น้อย)	1.60 (น้อย)	2.07 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.09 (น้อย)
เครื่องหนัง	2.38 (น้อย)	1.92 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)
ร้านอาหาร	2.23 (น้อย)	1.86 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.17 (น้อย)
ธุรกิจอื่น ๆ	2.30 (น้อย)	1.92 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.23 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.35 รองลงมา คือ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย, ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย และไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.31, 2.27 และ 2.23 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.92

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.16 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม และ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.27, 2.18 และ 2.09 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.91

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.18 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.30 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม, ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย และไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.28, 2.23 และ 2.19 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.91

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบีย มีค่าเฉลี่ย 2.53 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม, ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.41, 2.35 และ 2.29 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 2.12

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.10 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง

ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.50 รองลงมา คือ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม และไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.25, 2.25 และ 2.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.50

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.50, 2.50 และ 2.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.50

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.13 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมา คือ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย, ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.29, 2.21 และ 2.14 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.64

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.38 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.33, 2.33 และ 2.25 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.87

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.36 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.80 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม, ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มี

ค่าเฉลี่ย 2.60, 2.40 และ 2.20 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.80

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.21 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.35 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม, ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.30, 2.25 และ 2.20 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.95

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.01 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.33 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.27, 2.20 และ 2.07 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.60

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.34 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.62 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม, ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.46, 2.38 และ 2.31 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.91

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.17 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.32 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม, ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ และไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.27, 2.23 และ 2.18 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.86

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.35 รองลงมา คือ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.31, 2.30 และ 2.26 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.92



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัย ด้านบุคลากร	พนักงานให้ คำแนะนำ และ คำปรึกษาไม่ ชัดเจน	พนักงานขาด ความรู้, ความ สามารถ, ความ ชำนาญ และมี การแก้ไข ปัญหาที่ล่าช้า	พนักงานไม่มี น้ำใจ ขาด มนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท	พนักงาน ให้บริการ ลูกค้าไม่เสมอ ภาค	พนักงานขาด ความ น่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	3.04 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	2.36 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.72 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	2.76 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
เกษตร	2.00 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	2.43 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	2.96 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	2.50 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.67 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	2.46 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	2.82 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	2.77 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.19 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.04, 3.00 และ 2.96 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.92

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.73 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.91, 2.82 และ 2.55 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.36

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93, 2.86 และ 2.81 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.72

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.06 รองลงมา คือ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ และพนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 3.00 และ 2.94 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.76

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง

ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.75, 2.50 และ 2.25 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า, พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.00 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.00

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.74 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มีมารยาท, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93, 2.79 และ 2.57 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.43

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.08 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ, พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเอง ไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.96, 2.92 และ 2.88 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.83

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มีมารยาท, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มี

ค่าเฉลี่ย 3.00, 2.80 และ 2.60 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงาน
ธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.40

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปาน
กลาง มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง
ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.80 รองลงมา คือ
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มี
มารยาท, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย
2.75, 2.70 และ 2.55 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงาน
ธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.50

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง
ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไข
ปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานขาด
ความน่าเชื่อถือ, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.87,
2.80 และ 2.73 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไป
แนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.67

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปาน
กลาง มีค่าเฉลี่ย 2.57 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง
ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.77 รองลงมา คือ
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า, พนักงาน
ให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไข
ปัญหาล่าช้า, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.38
ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ และ
ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.50

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปาน
กลาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียง
ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมา คือ
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มี
มารยาท, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย
เท่ากัน 3.00, 2.91 และ 2.86 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงาน
ธนาคารออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.82

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.82 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไข ปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.86 รองลงมา คือ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค และพนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ไม่เป็นกันเองไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.85, 2.83 และ 2.80 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ไม่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.77



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
กระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยด้าน กระบวนการ การ ให้บริการ	การให้ คำตอบใน การอนุมัติ สินเชื่อล่าช้า	มีขั้นตอน อนุมัติสินเชื่อที่ ยุ่งยากซับซ้อน	มีการขอ เอกสารที่ ยุ่งยากและ ซับซ้อน	การทำงานมี ความ ผิดพลาด บ่อย	มีความหลากหลายของการ ให้บริการน้อย และไม่สามารถ ตอบสนองลูกค้า	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	2.85 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	2.91 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.93 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.49 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
อัญมณี และ เครื่อง ประดับ	2.82 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)
เกษตร	2.75 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	1.75 (น้อย)	2.25 (น้อย)
อาหารแช่แข็ง	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	1.50 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	2.86 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.21 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.45 (น้อย)
จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	2.88 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.66 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.60 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.80 (น้อย)	1.60 (น้อย)	2.08 (น้อย)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	2.90 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.93 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.36 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	2.95 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่อยู่ยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.88 รองลงมา คือ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า, มีการขอเอกสารที่อยู่ยากและซับซ้อน และการทำงาน มีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.85, 2.54 และ 2.50 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.46

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.56 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.91 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่อยู่ยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่อยู่ยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.73, 2.55 และ 2.36 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.27

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.68 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่อยู่ยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่อยู่ยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.91, 2.56 และ 2.53 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.49

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.56 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.82 รองลงมาคือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่อยู่ยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่อยู่ยากและซับซ้อน, การทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.76, 2.47 และ 2.41 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.35

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.75 รองลงมา คือ มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.50, 2.25 และ 2.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.75

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.50 และ 2.00 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.45 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.86 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และ การทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.79, 2.50 และ 2.21 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.14

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.88 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และ การทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.83, 2.58 และ 2.54 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.46

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.60 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.40, 2.00 และ 1.80 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 1.60

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.61 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.80, 2.55 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.40

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.57 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.80, 2.47 และ 2.40 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.27

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.71 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.92, 2.62 และ 2.54 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.46

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และการทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.27, 2.64 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.41

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.71 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยากซับซ้อน, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และ การทำงานมีความผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.93, 2.61 และ 2.57 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.51



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ภายในธนาคาร มีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงานไม่ ทันสมัย	ภายในธนาคาร ไม่เป็นระเบียบ เรียบร้อย เช่น การจัดวาง เอกสารสินเชื่อ	ชื่อเสียง และ ความมั่นคง ของธนาคาร ต่ำกว่า ธนาคารอื่น	มีที่นั่งรอไม่ เพียงพอ	ภายในธนาคาร ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	2.77 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	2.36 (น้อย)	2.45 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	2.47 (ปานกลาง)	2.49 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
อัญมณี และเครื่องประดับ	2.59 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
เกษตร	2.50 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.70 (น้อย)
อาหารแช่แข็ง	2.00 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	1.50 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ส่วนอิเล็กทรอนิกส์	2.36 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	2.38 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.40 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.20 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	2.55 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.53 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	2.54 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	2.59 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	2.51 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือ ภายใน หนาอาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของอาคารต่ำกว่า หนาอาคารอื่น, ภายในหนาอาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.88, 2.85 และ 2.77 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในหนาอาคารไม่เป็นระเบียบ เรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสิ้นเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.73

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.56 ซึ่งในรายละเอียด ของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่ง รอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.82 รองลงมา คือ ภายในหนาอาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของอาคารต่ำกว่าหนาอาคารอื่น, ภายในหนาอาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.64, 2.55 และ 2.45 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในหนาอาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสิ้นเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.36

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.69 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มี ค่าเฉลี่ย 2.84 รองลงมา คือ ภายในหนาอาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียง และความมั่นคงของอาคารต่ำกว่าหนาอาคารอื่น, ภายในหนาอาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การ จัดวางเอกสารสิ้นเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.77, 2.74 และ 2.47 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในระดับน้อย คือ ภายในหนาอาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.49

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.69 ซึ่งในรายละเอียดของ แต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอ ไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.84 รองลงมา คือ ภายในหนาอาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของอาคารต่ำกว่าหนาอาคารอื่น, ภายในหนาอาคารไม่เป็นระเบียบ เรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสิ้นเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.77, 2.74 และ 2.47 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในหนาอาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มี ค่าเฉลี่ย 2.49

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น, ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.75 และ 2.50 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ, ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.50, 2.50 และ 2.00 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 1.50

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.69 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น, ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.86, 2.71 และ 2.57 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.36

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น, ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ และ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.88, 2.83 และ 2.50 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.38

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.60 ซึ่งในรายละเอียด

ของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ, ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.80, 2.60 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.20

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.85, 2.75 และ 2.55 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.80 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น, ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.73, 2.67 และ 2.53 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.71 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น, ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.77, 2.69 และ 2.62 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.86 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ชื่อเสียงและความ

มั่งคั่งของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.73, 2.68 และ 2.64 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสิ้นเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.73 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.87 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์, ซีดีเสียงและความมั่งคั่งของธนาคารต่ำกว่าธนาคารอื่น และภายในธนาคารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสารสิ้นเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.82, 2.81 และ 2.63 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านราคา	ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัจจัยด้านบุคลากร	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยรวม
รับเหมาก่อสร้าง	2.99 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	3.02 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์	3.07 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.16 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
เสื้อผ้า และ สิ่งทอ	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.18 (น้อย)	2.85 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
อัญมณี และ เครื่องประดับ	2.95 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.96 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
เกษตร	2.90 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
อาหารแช่แข็ง	3.00 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	3.14 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	2.13 (น้อย)	2.74 (ปานกลาง)	2.45 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
จำหน่ายเหล็กรูปพรรณ	3.03 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
จำหน่ายไม้แปรรูป	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.80 (ปานกลาง)	2.08 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ค้าวัสดุก่อสร้าง	3.06 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.21 (น้อย)	2.66 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
ปืมน้ำมัน	2.97 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.09 (น้อย)	2.80 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
เครื่องหนัง	3.06 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ร้านอาหาร	3.05 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ธุรกิจอื่น ๆ	3.03 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.18, 3.02, 2.99, 2.82 และ 2.65 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.22

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.16, 3.09, 2.75, 2.55 และ 2.49 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.11

ธุรกิจเสื้อผ้า และสิ่งทอ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.09, 3.07, 2.87, 2.70 และ 2.69 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.18

ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.82 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.06, 2.91, 2.91, 2.73 และ 2.60 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.28

ธุรกิจเกษตร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.59 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.05, 2.90, 2.50, 2.40 และ 2.10 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.00

ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.74 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.90, 2.50, 2.50 และ 2.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.40

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.87 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.33, 3.14, 2.80, 2.71 และ 2.60 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.10

ธุรกิจจำหน่ายเหล็กรูปพรรณ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.14, 3.03, 2.92, 2.72 และ 2.69 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.21

ธุรกิจจำหน่ายไม้แปรรูป ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.16, 3.12, 2.96, 2.60 และ 2.40 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.24

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.31, 3.06, 2.77, 2.69 และ 2.61 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.23

ธุรกิจปั้มน้ำมัน ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.07, 2.97, 2.85, 2.71 และ 2.55 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.01

ธุรกิจเครื่องหนัง ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.28 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.08, 3.06, 2.77 และ 2.75 และ 2.52 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.22

ธุรกิจร้านอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมา คือ ปัจจัย

ด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.06, 3.05, 2.91, 2.89 และ 2.75 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.15

ธุรกิจอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.03, 2.83, 2.73 และ 2.72 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.23

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
มีประเภทสินค้าให้เลือกน้อย	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ ไม่ตรงกับความต้องการ	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป	3.54 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป	2.65 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)
มีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร	2.58 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.55 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.54, มีประเภทสินค้าให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.06, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.65 และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.58 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มี

ค่าเฉลี่ย 3.41, มีประเภทสินเชื่อให้เล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.03, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.67 และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.32, มีประเภทสินเชื่อให้เล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.04, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.62 และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.55 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ และระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อให้เล็กน้อย, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้าน บาทขึ้นไป
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคาร อื่น	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	-
อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค่า ประกัน, ด้านต่างประเทศ) มากกว่า ธนาคารอื่น	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/ มากกว่าธนาคารอื่น	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าธรรมเนียมประเมินราคา หลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น	3.05 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/ มากกว่าธนาคารอื่น	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค่าประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.55, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.09, จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.11, และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค่าประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย

3.46, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.10, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.43, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.04, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น, อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง	3.17 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.23 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และ ล้าสมัย	3.32 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.18 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้	3.62 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และล้าสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.32, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.23, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.18 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และล้าสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.17, ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.07, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มี

ค่าเฉลี่ย 2.98 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะดวก และลำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมา คือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.14, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.11, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.96 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ สถานที่คับแคบ ไม่สะดวก และลำสมัย ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ	2.22 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.34 (น้อย)	2.00 (น้อย)
ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย และไม่ครบถ้วน	1.80 (น้อย)	1.93 (น้อย)	1.82 (น้อย)	2.00 (น้อย)
ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย	2.22 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.23 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
ไม่มีส่วนลด หรือ ไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม	2.20 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.25 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย	2.26 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.14 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.40 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.26 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.22, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.20 ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.80 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.23 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.35 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.31, ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.30, ไม่มี

พนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.28 และข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.93 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.19 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.34 รองลงมา คือ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี่ย มีค่าเฉลี่ย 2.30, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.25 ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.23 และข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.82 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน 3.00 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ, ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี่ย, ข้อมูลสารสนเทศล้ำสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ ชัดเจน	2.63 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า	2.75 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง และไม่มีมารยาท	2.72 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค	2.82 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	2.88 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.76 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.76 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.88 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.82, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.75, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.72 พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.63 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.93, พนักงานขาดความรู้

ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า และพนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 และพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.68 ตามลำดับ

ขอขยาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.02 รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.96, พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.80, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ตามลำดับ

ขอขยาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน และพนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา คือ พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค, พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
กระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการ
ต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อ ล่าช้า	2.95 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	-
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก ซับซ้อน	2.83 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	-
มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและ ซับซ้อน	2.49 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย	2.38 (น้อย)	2.49 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
มีความหลากหลายของการ ให้บริการน้อย และไม่สามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้	2.32 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	2.59 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49
= มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญ
ต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.59 ซึ่ง
ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมาก
ไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ มีขั้นตอน
อนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.83, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.49, มี
การทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.38 และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่
สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.32 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ
การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัย

ย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.93 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.89, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.57, มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.49, มีความหลากหลายของการให้บริการน้อยและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.42 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.68 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.91, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.57, มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.54, มีความหลากหลายของการให้บริการน้อยและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.45 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า และมีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.00 รองลงมา คือ มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย, มีความหลากหลายของการให้บริการน้อยและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ภายในธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย	2.43 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางอุปกรณ์เอกสาร	2.52 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ชื่อเสียง และความมั่นคง ต่ำกว่าธนาคารอื่น	2.63 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ	2.77 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.71 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.61 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.77 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.71, ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.63, ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.52 และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.43 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.73 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.81, ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.76 ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.60 และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.56 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.71 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.91 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.82, ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.77 ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.57 และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.46 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย, ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร, ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น, มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ และภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการต่อปี

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
ปัจจัยด้านราคา	3.30 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.30 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.14 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.40 (น้อย)
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.59 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	2.63 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.61 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.81 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.30, 3.30, 3.08, 2.63, 2.61, 2.59 และ 2.14 ตามลำดับ

ยอดขาย 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25, 3.09, 3.03, 2.73, 2.67, 2.66 และ 2.23 ตามลำดับ

ยอดขาย 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.10, 2.99, 2.71, 2.70, 2.68 และ 2.19 ตามลำดับ

ยอดขาย 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.94 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40, 3.40, 3.00, 3.00, 3.00, 2.40 และ 2.40, ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
มีประเภทสินเชื่อให้เลือกน้อย	2.98 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป	3.44 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป	2.62 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
มีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร	2.58 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.44, มีประเภทสินเชื่อให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.98, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.62 และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.58 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มี

ค่าเฉลี่ย 3.40, มีประเภทสินเชื่อให้เล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.03, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.65 และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.57 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.43, มีประเภทสินเชื่อให้เล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.10, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.74 และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 2.64 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าต่ำ/ไม่ตรงกับความต้องการ และระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.60 รองลงมา คือ มีประเภทสินเชื่อให้เล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.00, หลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป และมีบริการสินเชื่อไม่ครบวงจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาท ขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาท ขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท	15 ล้านบาท ขึ้นไป
อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคาร อื่น	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	-
อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำ ประกัน, ด้านต่างประเทศ) มากกว่า ธนาคารอื่น	3.51 (มาก)	3.47 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	-
ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/ มากกว่าธนาคารอื่น	3.04 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	-
ค่าธรรมเนียมประเมินราคา หลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น	3.02 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	-
จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/ มากกว่าธนาคารอื่น	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	-
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	-

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม วงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.51, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.04, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มี

ค่าเฉลี่ย 3.47, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.10, จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.03 และค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.45, ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.07 ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.98 และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น, อัตราค่าธรรมเนียมสูง (หนังสือค้ำประกัน) มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.40 รองลงมา คือ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น, ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น และจำนวนเงินผ่อนชำระต่องวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทาง	3.18 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.24 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และลำสมัย	3.42 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.24 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้	3.89 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และลำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.42, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.24, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.24 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะอาด และลำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมา คือ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.15, ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.09, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มี

ค่าเฉลี่ย 3.00 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ สถานที่คับแคบ ไม่สะดวก และลำสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมา คือ ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.17, ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.14, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.05 และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.76 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ธนาคารมีสาขาไม่เพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ สถานที่คับแคบ ไม่สะดวก และลำสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.80, ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการเดินทาง, มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.70 และไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำ และให้บริการ	2.31 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.10 (น้อย)
ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย และไม่ครบถ้วน	1.69 (น้อย)	1.94 (น้อย)	1.83 (น้อย)	1.90 (น้อย)
ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย	2.24 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.30 (น้อย)
ไม่มีส่วนลด หรือ ไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม	2.22 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.30 (น้อย)
ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ ดอกเบี้ย	2.24 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.14 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.12 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.14 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำ และให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.31 รองลงมา คือ ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.24, ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.22 ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.69 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมา คือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.30, ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย มีค่าเฉลี่ย

2.27, ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.25 และข้อมูลสารสนเทศ ล้าสมัยและไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.94 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.22 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.40 รองลงมา คือ ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29, ไม่มี ส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ย 2.24 ข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย และไม่ ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 1.83 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.12 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ หรือมีน้อย และไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นการคิดค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 รองลงมา คือ ไม่มีพนักงานธนาคาร ออกไปแนะนำและให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.10, ไม่มีระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 2.00 และข้อมูลสารสนเทศล้าสมัย และไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ชัดเจน	2.67 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า	2.80 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเอง และไม่มีการขาย	2.73 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค	2.78 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	2.82 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.76 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.76 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.82 รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.80, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.78, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.73 และพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.67 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มี

ค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.89, พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.83, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.80 และพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.70 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมา คือ พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.93, พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.90, พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 2.88 และพนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.86 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ พนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีการแก้ไขปัญหาล่าช้า, พนักงานไม่มีน้ำใจ ขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่เป็นกันเองและไม่มีมารยาท, พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.90 และพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
กระบวนการ การให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อ ล่าช้า	2.98 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก ซับซ้อน	2.82 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน	2.51 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย	2.40 (น้อย)	2.48 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
มีความหลากหลายของการให้บริการ น้อย และไม่สามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้	2.36 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้
ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มี
ค่าเฉลี่ย 2.61 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียง
ตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.98
รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.82, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและ
ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.51, มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.40 และมีความหลากหลาย
ของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.36
ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้าน
กระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งในรายละเอียด
ของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้

การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.95 รองลงมา คือ มีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.89, มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.56, มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.48 และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.41 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.62 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า และมีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.83 รองลงมา คือ มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 2.55, มีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.52 และมีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.38 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า และมีขั้นตอนอนุมัติสินเชื่อที่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.20 รองลงมา คือ มีการขอเอกสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน และมีการทำงานที่ผิดพลาดบ่อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.70, มีความหลากหลายของการให้บริการน้อย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงิน สินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 1 ล้าน บาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้าน บาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้าน บาท	10 ล้านบาท ขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ภายในธนาคารมีเครื่องมือ สำนักงานไม่ทันสมัย	2.47 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย เช่น การจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร	2.51 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)
ชื่อเสียง และความมั่นคง ต่ำกว่า ธนาคารอื่น	2.64 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ	2.82 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.73 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.63 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.63 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ มีที่นั่งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.82 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.73, ชื่อเสียงและความมั่นคง ต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.64, ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.51 และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.47 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งใน

รายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมา คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.80, ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.73, ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.62 และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.54 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมา คือ ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น มีค่าเฉลี่ย 2.86, ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.81, ภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ย 2.50 และภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.43 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ มีที่นั้งรอไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมา คือ ชื่อเสียง และความมั่นคงต่ำกว่าธนาคารอื่น และภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.80, ภายในธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานไม่ทันสมัย และภายในธนาคารไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดวางเอกสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1 ล้านบาทขึ้นไป - 5 ล้านบาท	5 ล้านบาทขึ้นไป - 10 ล้านบาท	10 ล้านบาทขึ้นไป - 15 ล้านบาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.02 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.26 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.39 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.14 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.12 (น้อย)
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.76 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	2.61 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.12 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	2.63 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.83 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = น้อยที่สุด, ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = น้อย, ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = มาก, ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีวงเงินเชื่อต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.39, 3.26, 3.02, 2.76, 2.63, 2.61 และ 2.14 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาทขึ้นไป – 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.26, 3.10, 3.02, 2.83, 2.72, 2.66 และ 2.22 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 5 ล้านบาทขึ้นไป – 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.77 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.21, 3.15, 3.08, 2.92, 2.70, 2.21 และ 2.12 ตามลำดับ

วงเงินสินเชื่อ 10 ล้านบาทขึ้นไป – 15 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ, ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22, 3.12, 2.90, 2.88, 2.76, 2.70 และ 2.12 ตามลำดับ