

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่
ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย

The decision for choosing to use the Personal Loans Service and the
Financial Institute which is not Commercial Bank under the Supervision of
Bank of Thailand, Case studies by areas in Chiang Rai Province

อนนท์ สันทราย*

Anon Sansai*

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*

Pacific Institute of Management Sciences*

Received: 2024-10-02: Revised: 2024-10-17: Accepted: 2024-10-31

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ สถานที่พักอาศัย ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายประจำเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การใช้สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลโดยสรุป การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA t-test, F-test) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ, สินเชื่อส่วนบุคคล, ผู้ใช้บริการ



Abstract

This research is a study The decision for choosing to use the Personal Loans Service and the Financial Institute which is not Commercial Bank under the Supervision of Bank of Thailand, Case studies by areas in Mueang District Chiang Rai Province to compare differences in demographic factors such as gender, age, status, and place of residence, education level, current main occupation, monthly income and monthly expenses. And study the marketing mix factors that affect The decision for choosing to use the Personal Loans Service and the Financial Institute which is not Commercial Bank under the Supervision of Bank of Thailand, Case studies by areas in Mueang District Chiang Rai Province with purposive sampling of 300 persons. The research instrument was a questionnaire. Data analysis consisted of the use of descriptive statistics. Finding frequency, percentage, mean, standard deviation To explain information in summary Analysis of variance (ANOVA t-test, F-test) to study differences between the primary and dependent variables. and multiple regression analysis (Multiple Regression Analysis). In order to study the factors that can choose to use personal loan services with commercial banks' businesses based on data collection of customers in Mueang District in Chiang Rai Province, statistical significance was set at the 0.05 level.

Keywords : Factors Affecting Service Selection, Personal loans, Service users

บทนำ

ในช่วงปี 2556 – 2560 อุตสาหกรรมสินเชื่อส่วนบุคคลมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตพาณิชย์เพิ่มขึ้นจากจำนวน 299,138 ล้านบาท ในปี 2559 เป็นจำนวน 354,294 ล้านบาท ในปี 2560 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.32 ต่อปี การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากนโยบายสินเชื่อของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่พยายามผลักดันสินเชื่อส่วนบุคคล เนื่องจากเป็นสินเชื่อที่ให้ผลตอบแทนสูง จึงมีการแข่งขันกันมากขึ้นด้วยการออกแคมเปญต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการเบิกใช้สินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่มีศักยภาพ การเติบโตของสินเชื่อส่วนบุคคล ปี 2560 มีการเติบโตถึงร้อยละ 6.40 จากสิ้นปี 2559 เป็นผลจากความต้องการสินเชื่อภาคครัวเรือนทุกประเภทปรับตัวเพิ่มขึ้น กำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรมีผลผลิตออกสู่ตลาดมากขึ้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่อเนื่องจากภาครัฐ

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. ข่าวรพท. เรื่อง มาตรการการดูแลสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th>

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคเหนือ เศรษฐกิจโดยรวม ไตรมาสที่ 1 ปี 2561 (มกราคม - มีนาคม) ขยายตัวต่อเนื่อง จากปัจจัยสนับสนุน เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจด้านอุปทานที่ขยายตัวจากภาค



เกษตรกรรมที่ขยายตัวในอัตราเร่ง ตามปริมาณผลผลิตกาแฟที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อีกทั้งด้านราคาผลผลิตสินค้าเกษตรโดยรวมยังปรับตัวสูงขึ้นตามราคามันสำปะหลัง และชา ประกอบกับภาคบริการขยายตัวต่อเนื่อง ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แม้ว่าภาคอุตสาหกรรมจะหดตัว แต่ถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ขณะที่สินเชื่อเพื่อการลงทุนยังขยายตัวดี ด้านการใช้จ่ายภาครัฐขยายตัวชะลอลงจากอัตราการเบิกจ่ายรายจ่ายลงทุนได้หดตัวลง ด้านการเงินขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งเงินฝากและสินเชื่อเสถียรภาพเศรษฐกิจ โดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ดี จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่กล่าวทำให้มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมสินเชื่อส่วนบุคคล มีการขยายธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น การเสนอการให้บริการบัตรเครดิตแก่ลูกค้าของผู้ประกอบการต่างๆ การเข้าถึงลูกค้ารายย่อยของตนเองได้อย่างครอบคลุมเพื่อเสนอบริการที่ครบวงจรมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันธนาคารหรือสถาบันการเงินให้สินเชื่อส่วนบุคคลมากขึ้น โดยธนาคารหรือสถาบันการเงินมีเงื่อนไขในการให้กู้ การคิดอัตราดอกเบี้ย วงเงินที่ได้รับ หรือเงื่อนไขอื่นๆ ที่แตกต่างกันแต่ธนาคารหรือสถาบันการเงิน ซึ่งการให้สินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้สินเชื่อของธนาคารและสถาบันการเงิน เพื่อเป็นการพิทักษ์รักษาประโยชน์ของประชาชนและเป็นการป้องกันปัญหาจากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ตลอดจนเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้หลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank) ที่ได้รับอนุญาตและเปิดทำการแล้ว 122 ราย เป็นสินเชื่อบัตรเครดิต 7 ราย สินเชื่อ P-loan (สินเชื่อส่วนบุคคล) 75 ราย Nano Finance 40 ราย ซึ่งมีสาขาจำนวน 9,248 สาขา ครอบคลุมอยู่ทุกจังหวัด โดยผู้ให้บริการสินเชื่อ Non-Bank ประเภท P-Loan (สินเชื่อส่วนบุคคล) และ Nano Finance จะเน้นกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในระดับตำบล-หมู่บ้าน ซึ่งอาจเข้าไม่ถึงบริการของธนาคารพาณิชย์ และจะใช้พนักงานของบริษัทประจำสาขาลงพื้นที่เพื่อทำความรู้จักและให้บริการแก่ลูกค้า สำหรับสินเชื่อ Pico Finance อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ซึ่งได้รับอนุญาตและเปิดดำเนินการแล้ว 469 ราย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

จากรายงานแนวโน้มสินเชื่อส่วนบุคคลข้างต้น ผู้ทำวิจัยจึงเห็นความสำคัญของสินเชื่อส่วนบุคคลซึ่งเป็นสินเชื่อที่สามารถเข้าถึงและเป็นสินเชื่อที่ผู้คนที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ได้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการวางแผน ปรับปรุงกลยุทธ์และนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลมากที่สุด ตลอดจนบรรลุเป้าหมายขององค์กรในด้านสินเชื่อส่วนบุคคล และเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานแก่องค์กรหรือบริษัทต่างๆ ที่สนใจในการศึกษาเรื่องดังกล่าวต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

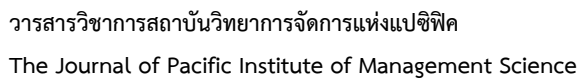
1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ สถานศึกษา ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายประจำเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

สมมุติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

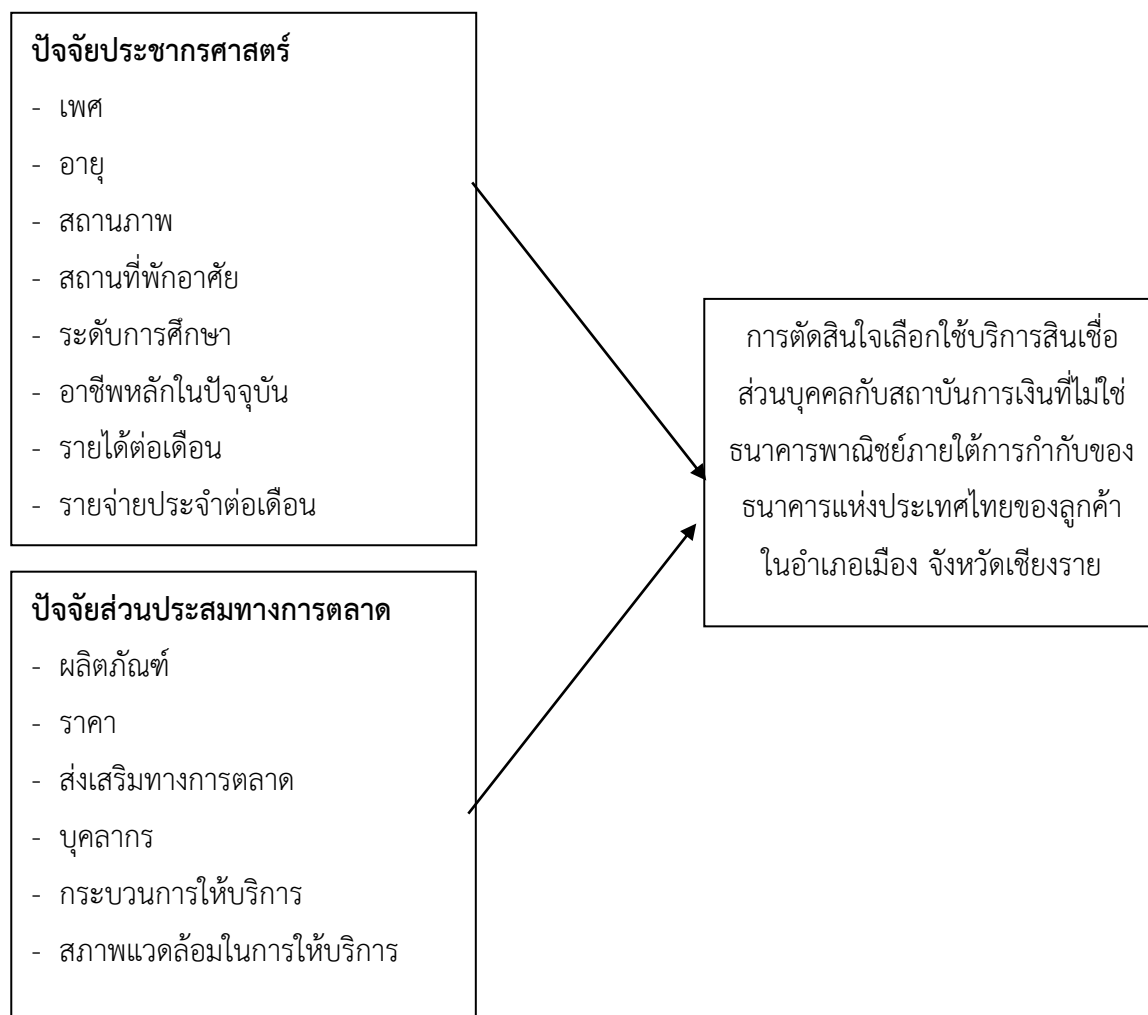
กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P (Marketing Mix) ของ Philip Kotler (1997, p92) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดตัวแปร 7 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ดังภาพที่ 1



ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างจากบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างจากบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากร จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส สถานที่พักอาศัย ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้-รายจ่ายประจำเดือน ใช้บริการสินเชื่อกับบริษัทใด ใ้วงเงินสินเชื่อประเภทใด ใช้บริการมานานกี่ปี วงเงินสินเชื่อไปใช้ด้านใดบ้าง ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลในการซื้อสินค้าในสถานที่ใด ทราบข้อมูลในการขอบริการสินเชื่อจากที่ใด เหตุผลที่ท่านเลือกที่ใช้บริการ เป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฯ โดยเป็นลักษณะของข้อคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert's Scale ซึ่งจัดอยู่ในมาตรวัดแบบช่วง (interval scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการฯ ประกอบด้วย วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่สถาบันการเงินให้ได้ อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ความรวดเร็วในการดำเนินการ การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ การให้บริการที่ดีของพนักงาน การสนับสนุนวงเงินอื่นๆ ความสะดวกในการติดต่อกับสถาบันการเงิน และช่องทางการชำระเงินงวด โดยเป็นลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert's Scale ซึ่งจัดอยู่ในมาตรวัดแบบช่วง (interval scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดผู้ให้บริการสามารถเลือกข้อเสนอแนะ การปรับปรุงเกี่ยวกับบริการฯ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ใช้กับตัวแปรเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ (frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และตัวแปรเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) รวมถึงข้อมูลที่เป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะใช้เพื่อประกอบการวิเคราะห์ในภาพรวม



สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ และตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 ANOVA F-test กรณีที่ตัวแปรอิสระมี 2 กลุ่ม และใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD ส่วนการทดสอบสมมติฐาน เพื่อการพยากรณ์หาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฯ จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

1. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้	4.85	.573	มากที่สุด
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	4.65	.758	มากที่สุด
วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่สถาบันการเงินให้ได้	4.26	.850	มากที่สุด
อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ	4.10	.921	มาก
ช่องทางการชำระเงินงวด	3.78	.984	มาก
การให้บริการที่ดีของพนักงาน	3.52	.786	มาก
การสนับสนุนวงเงินอื่นๆ	3.45	.892	มาก
ความรวดเร็วในการดำเนินการ	3.43	.740	มาก
ความสะดวกในการติดต่อกับสถาบันการเงิน	3.43	.800	มาก
รวม	4.58	.270	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องการไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$) รองลงมาที่มีความคิดเห็นในเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.65$) ความคิดเห็นในเรื่องอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$) ความคิดเห็นในเรื่องช่องทางการชำระเงินงวด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) ความคิดเห็นในเรื่อง

การให้บริการที่ดีของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) ความคิดเห็นในเรื่องการสนับสนุนวงเงินอื่นๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) ความคิดเห็นในเรื่องความรวดเร็วในการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$ S.D. = .740) และความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกในการติดต่อกับสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$ S.D. = .800) ตามลำดับ

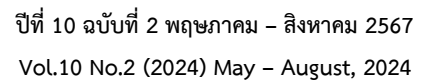
2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ สถานที่พักอาศัย ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายประจำเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่เป็นเพศชาย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.55 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .277 ในขณะที่เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .263 ค่า t-test -1.862 และค่า sig .06 ดังนั้น ความแตกต่างของเพศชายและเพศหญิงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ช่วงอายุ 30 – 39 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนช่วงอายุ ตั้งแต่ 49 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ค่า F-test 7.216 และค่า sig .00 เมื่อทดสอบทางสถิติพบว่า อายุที่แตกต่างกันการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น อายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ค่า F-test 6.867 และค่า sig .00 เมื่อทดสอบทางสถิติพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น สถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีบ้านเช่า/ หอพัก/ ห้องเช่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนผู้ที่มีบ้านพักของตนเอง/ บิดามารดา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ค่า F-test 4.833 และค่า sig .00 เมื่อทดสอบทางสถิติพบว่า สถานที่พักอาศัยที่แตกต่างกันการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน



การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีรายจ่ายประจำต่อเดือน 10,000 -19,999 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนผู้มีรายจ่ายประจำต่อเดือน 30,000 -39,999 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ค่า F-test 12.123 และค่า sig .00 เมื่อทดสอบทางสถิติพบว่า รายจ่ายประจำต่อเดือนที่แตกต่างกันการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง



สถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น รายจ่ายประจำต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.78	.170	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.71	.229	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ	4.60	.253	มากที่สุด
ด้านราคา	4.31	.358	มากที่สุด
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.21	.476	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.16	.342	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	.715	มาก
รวม	4.41	.215	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.78$) รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$) ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$) ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig	Collinearity Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.901	.537		3.536	.00*		
ด้านผลิตภัณฑ์	-.024	.044	-.064	-.545	.59	.228	4.395
ด้านราคา	.020	.046	.027	.445	.67	.849	1.178
ด้านช่องทางการจำหน่าย	.056	.068	.070	.820	.41	.428	2.336
ด้านส่งเสริมการตลาด	.020	.064	.035	.312	.76	.244	4.093
ด้านบุคลากร	.084	.068	.071	1.229	.22	.944	1.059
ด้านกระบวนการให้บริการ	.280	.094	.176	2.973	.00*	.894	1.118
ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ	.139	.062	.130	2.253	.03*	.941	1.062

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า จากตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวแปร มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 2 ตัวแปร

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มากที่สุด รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค โดยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและการปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว เกิดความประทับใจ ขัดแย้งกับงานวิจัยของสุรัสสา มีด้วง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักงานดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญทางจิตวิทยา ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย

โดยใช้ปัจจัยจิตทางวิทยา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ตามลำดับ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

2. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ในเรื่องการไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือระยะเวลาการผ่อนชำระ อยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่องอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ช่องทางการชำระเงินงวด การให้บริการที่ดีของพนักงาน การสนับสนุนวงเงินอื่นๆ ความรวดเร็วในการดำเนินการ และความสะดวกในการติดต่อกับสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ชัดแย้งกับงานวิจัยของสุรัสตา มีด้วง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญทางจิตวิทยา ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยใช้ปัจจัยจิตทางวิทยา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในเรื่องอัตราดอกเบี้ยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือระยะเวลาการผ่อนชำระ วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ความรวดเร็วในการดำเนินการ ช่องทางในการชำระเงินงวด การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร และการสนับสนุนวงเงินอื่นๆ ตามลำดับ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ตามลำดับ

3. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ สถานที่พักอาศัย ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายประจำเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัสตา มีด้วง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญทางจิตวิทยา ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยใช้ปัจจัยจิตทางวิทยา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า อายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย สอดคล้องกับงานวิจัยของชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะทาง

ประชากรศาสตร์ ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลรัตน์ ดาวกลาง (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐในจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของผู้ขอสินเชื่อในจังหวัดปทุมธานี และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของผู้ขอสินเชื่อในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ อายุ การศึกษา ปัจจัยลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ขอสินเชื่อ ประเภทที่อยู่อาศัย วงเงินสินเชื่อสูงสุด อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียม พนักงานให้บริการดี ความรวดเร็ว การไม่บังคับทำประกัน การสนับสนุนวงเงินสินเชื่ออื่นๆ ความสะดวกในการติดต่อ คุณสมบัติผู้กู้ตามกำหนด ทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร และสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำนายผลการวิจัยนี้ได้โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ (R^2) ที่ระดับ 8.2% สอดคล้องและขัดแย้งกับงานวิจัยของสุรัสสา มีดวง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักงานดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญทางจิตวิทยา ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยใช้ปัจจัยจิตทางวิทยา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ได้แก่ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ สอดคล้องและขัดแย้งกับงานวิจัยของชนานันท์ พันธุ์สมจิตร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการในการทำงาน ด้านบุคลากร สถานที่ให้บริการ และลักษณะบัตรเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์และความเพียงพอของสาขาที่สมัครบัตรเดบิต และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



ข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยดังนี้

- 1) ควรเพิ่มสถานที่ชำระเงินกู้ เมื่อถึงวันครบกำหนดชำระหนี้จะตรงกับลูกค้ารายอื่นเป็นจำนวนมากทำให้ต้องรอคิวนานมากทุกครั้งที่ไปชำระเงิน
- 2) หากผิคนัดชำระหนี้ พนักงานคอลเซนเตอร์จะโทรศัพท์เพื่อติดตามหนี้จนกว่าผู้กู้จะชำระหนี้
- 3) บัตรกดเงินสดมีการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เช่น การจัดส่งเสริมการตลาดเมื่อกดเงินสด สถาบันการเงินจะคิดอัตราดอกเบี้ย 0% นาน 3 เดือน ทำให้มีเงินหมุนเวียน แต่หากไม่ชำระภายในกำหนด 3 เดือนก็จะเสียอัตราดอกเบี้ยปกติ
- 4) ค่าธรรมเนียมบัตรกดเงินสดฟรีตลอดชีพ โดยไม่มีเงื่อนไข
- 5) บัตรกดเงินสด สามารถใช้รูดชำระสินค้าและบริการกับร้านค้าเกือบทุกประเภท สามารถใช้ผ่อน 0% นาน 10 เดือน

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฯ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทยของลูกค้าในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายเท่านั้น ดังนั้น ควรมีการศึกษาโดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ ให้ครอบคลุมผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์เท่านั้น ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง และ น่าสนใจ อาทิเช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา หรือพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด และกำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาในการประกอบกิจการต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- วิมลรัตน์ ดาวกลาง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐ
ในจังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สมคิด ยาเคน และ พรรณเพ็ญ หอมบุญมา. (2559). ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคาร
ออมสินของประชากรในเขตเมืองและชานเมือง ในจังหวัดลำปาง (วิทยานิพนธ์
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สุรัสดา มีด้วง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร
ออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ข่าวธปท. เรื่อง มาตรการการดูแลสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้
การกำกับ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th>
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. รายงานภาวะเศรษฐกิจฐานราก เดือนเมษายน - พฤษภาคม 2561 [ออนไลน์],
เข้าถึงเมื่อ 24 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.gsbresearch.or.th
- ศูนย์ข้อมูลแรงงานจังหวัดเชียงราย, รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดเชียงราย ไตรมาส 1 ปี 2561
[ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 2 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://chiangrai.mol.go.th>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเชียงราย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ
10 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.cots.go.th>.