

จุดมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และปัจจัยทางการตลาดบริการของ สินเชื่อบุคคล ซีตี้ แอดวานซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล ของ ซีตี้ แอดวานซ์ และทราบถึงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และปัญหาจากการใช้บริการของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มลูกค้าของ ซีตี้ แอดวานซ์ ที่เข้ามาใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 398 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามแบบปลายปิด และปลายเปิด แล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบที (t-test) การทดสอบเอฟ (F-test) และค่าสหสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001-20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเหล่านั้นนอกจากจะเป็นสมาชิกของซีตี้ แอดวานซ์แล้วยังเป็นสมาชิกสินเชื่อบุคคลอื่นอีกจำนวนมาก เพื่อนำสินเชื่อบorrowไปใช้ในการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน ผู้ใช้บริการมีความต้องการขออนุมัติวงเงินสินเชื่อที่ 20,000-50,000 บาทมากที่สุด ในการจะตัดสินใจใช้บริการแต่ละครั้งส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะทำการตัดสินใจใช้บริการเอง โดยได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ซึ่งก่อนใช้บริการผู้ให้บริการจะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยก่อน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ให้บริการจึงนิยมชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น โดยรวมผู้ให้บริการจะให้ความสำคัญในปัจจัยทุกด้านมาก โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่ให้บริการผู้ให้บริการจะให้ความสำคัญในด้านนี้มากที่สุด