

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มีการออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจการใช้สินค้าแฟชั่นชาละวินของผู้บริโภคเพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติในการใช้สินค้าแฟชั่นชาละวิน โดยมีการดำเนินการสอบถามและแจกแบบสอบถามให้กับบุคคลทั่วไปตามสถานที่ชุมชนต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และขอความร่วมมือช่วยตอบแบบสอบถาม โดยมีสถานที่ในการดำเนินงานในการแจกแบบสอบถาม ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ชุมชน ตลาด ย่านสถานที่ทำงาน เช่น สีส้ม สาทร พหลโยธิน ในช่วงวันที่ 1 – 20 เมษายน 2552 ช่วงเวลาตั้งแต่ 8.30 – 19.30 น. จำนวน 400 ชุด

ซึ่งจะเป็นการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 13.0 โดยแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการอธิบายความหมายของข้อมูลจากตารางที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของผลการวิจัย โดยผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับส่วนบุคคล โดยปัจจัยที่จะนำมาอธิบายประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สินค้าแฟชั่นชาละวิน เช่น การเลือกประเภทของสินค้า ความถี่ และสถานที่ที่ใช้บริการสินค้าแฟชั่นชาละวิน

ตอนที่ 3 ทัศนคติในเรื่องการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาด เช่น อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาในการผ่อน รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดผู้บริโภค

4.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับส่วนบุคคล

เป็นการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ที่ใช้สินค้าแฟชั่นชาละวิน แยกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน อาชีพและรายได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและบทความ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1
แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
เพศ	ชาย	194	48.5
	หญิง	206	51.5
	รวม	400	100
อายุ	20 - 25 ปี	44	11
	26 – 30 ปี	122	30.5
	31 - 35 ปี	133	33.25
	36 – 40 ปี	60	15
	41 – 45 ปี	23	5.75
	46 - 50 ปี	15	3.75
	51 - 55 ปี	1	0.25
	56 – 60 ปี	2	0.5
	รวม	400	100
สถานภาพ	โสด	255	63.75
	สมรส	142	35.5
	หย่า/หม้าย	3	0.75
	รวม	400	100
บุตร	มี	106	26.5
	ไม่มี	294	73.5
	รวม	400	100
จำนวนบุตร	มี 1 คน	75	18.75
	มี 2 คน	30	7.5
	มี 3 คน	1	0.25
	รวม	106	26.5

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	6	1.5
	มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.5
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	32	8
	อนุปริญญา/ปวส.	59	14.75
	ปริญญาตรี	219	54.75
	สูงกว่าปริญญาตรี	78	19.5
	รวม	400	100
ประสบการณ์ ในการทำงาน	1 – 5 ปี	127	31.75
	6 -10 ปี	159	39.75
	11 – 15 ปี	40	10
	16 - 20 ปี	40	10
	21 – 25 ปี	23	5.75
	26 - 30 ปี	7	1.75
	31 - 35 ปี	2	0.5
	36 – 40 ปี	2	0.5
	รวม	400	100
อาชีพ	รับราชการ/พนักงานราชการ	106	26.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	162	40.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	53	13.25
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	60	15.00
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	19	4.75
	รวม	400	100

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)	ข้อมูลทั่วไป
รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)	3,000 – 5,000 บาท	12	3
	5,001 - 10,000 บาท	73	18.25
	10,001 - 15,000 บาท	140	35
	15,001 - 20,000 บาท	78	19.5
	20,001 – 25,000 บาท	25	6.25
	25,001 – 30,000 บาท	34	8.5
	30,001 – 35,000 บาท	10	2.5
	35,001 – 40,000 บาท	9	2.25
	40,001 – 45,000 บาท	3	0.75
	45,001 – 50,000 บาท	2	0.5
	50,000 บาทขึ้นไป	14	3.50
รวม		400	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการสำรวจแบบสอบถามโดยแยกจำแนกตามประเภทของปัจจัยที่ทำการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

เพศ เมื่อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 เป็นเพศชาย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50

อายุ เมื่อจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาและมี คือ อายุ 26 – 30 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 อันดับที่สามคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36 - 40 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สถานภาพสมรส เท่ากับจำนวน 142 คนคิดเป็นร้อยละ 35.5 และส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ หย่า/หม้าย มีน้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

จำนวนบุตร เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนบุตรของบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีบุตร จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีบุตร จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ และหากจำแนกรายละเอียดของผู้ที่มีบุตรพบว่า โดยส่วนใหญ่มีจำนวนบุตรเท่ากับ 1 คน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 กลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรจำนวน 2 คน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรจำนวน 3 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และกลุ่มตัวอย่างที่มีวุฒิการศึกษาระดับอนุปริญญา/ ปวส. มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการทำงาน เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประสบการณ์การทำงานของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 6-10 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือมีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงาน 11-15 ปี และ 16-20 ปี มีจำนวนเท่ากันคือ 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 10 ตามลำดับ

ประเภทอาชีพ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทอาชีพของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ รับราชการ/พนักงานราชการ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 อันดับที่สามคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001- 10,000 บาท มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปจากข้อมูลได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระนั้น สัดส่วนระหว่างเพศชายและหญิงเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีสถานภาพ โสด อายุโดยเฉลี่ย 31 - 35 ปี เป็นส่วนใหญ่ วุฒิการศึกษาระดับ

จากข้อสรุปดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แล้วพบว่า สาเหตุมาจากการเลือกแหล่งชุมชนที่มีกลุ่มคนหลากหลายกลุ่มและสถานที่ที่ทำแบบสอบถามกระจายตามแหล่งที่ทำงาน นอกจากนี้ยังมีการกำหนดบริเวณในการในการทำการทดสอบที่ค่อนข้างกว้าง คือทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล โดยการสุ่มพื้นที่ตัวอย่างการเก็บแบบสอบถามและข้อมูลจะดูความหลากหลายของผู้คนที่อยู่บริเวณนั้น บริเวณพื้นที่เก็บข้อมูลที่เป็นชุมชน ได้แก่ บริเวณตลาดเทเวศร์ บริเวณพหลโยธินซอยอารีย์ บริเวณซอยละลายทรัพย์สีลม บริเวณตลาดสินธรถนนวิฑู บริเวณโลตัสบางพลัด บริเวณตลาดธนาคารกรุงศรีอยุธยาสำนักงานใหญ่ และโรงงานอุตสาหกรรมใน จ.นนทบุรี ซึ่งบริเวณเหล่านี้จะมีทั้งข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบการ และบุคคลรับจ้างทั่วไป ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ได้มีสถานภาพโสด อายุโดยเฉลี่ย 31-35 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยเท่ากับ 10,001 – 15,000 บาท

ซึ่งหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ พิมพ์พร เหมพิพัฒน์ (2547) เรื่องลักษณะตลาดสินเชื่อบุคคล/เงินสดและพฤติกรรมการใช้โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิง ร้อยละ 57 เพศชาย ร้อยละ 43 ส่วนใหญ่อายุ 26 – 30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 37 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 48 รายได้ต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 49 ของตัวอย่างทั้งหมด ความแตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผลภักดิ์สินเชื่อเงินสด ที่มีความเสี่ยงสูงกว่าและมีจำนวนตัวอย่าง 200 คน ซึ่งจากการเปรียบเทียบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่สัดส่วนของจำนวนเพศชายและหญิง ไม่แตกต่างกันมาก เป็นช่วงอายุในวัยทำงาน โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีและอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเช่นเดียวกัน ในส่วนของรายได้ต่อเดือนจะอยู่ในช่วงที่สูงกว่าคือ 15,000 – 20,000 บาท โดยสรุปข้อมูลของผู้ใช้บริการจะใกล้เคียงกันเนื่องจากเป็นสินเชื่อบุคคลที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน ต่างกันตรงสินเชื่อผ่อนชำระจำกดวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าและบริการเท่านั้น ทำให้สินเชื่อบุคคลมีความยืดหยุ่นและเอนกประสงค์มากกว่า

4.2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ โดยนำเสนอในรูปของตารางและบทความดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2
แสดงข้อมูลของพฤติกรรมการใช้สินเชื่อผ่อนชำระ

ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อผ่อนชำระ			จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
การใช้บริการ	ใช้		400	100
	ไม่ใช้		0	0
	รวม		400	100
จำนวนสถาบัน การเงินที่ผู้บริโภคร ใช้บริการ	1 บริษัท	บริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์	58	14.5
		บริษัทจีเอ็มเอ็ม	30	7.5
		บริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย	22	5.5
		รวม	110	27.5
	2 บริษัท	อีออน กับ จีเอ็มเอ็ม	112	28
		อีออน กับ อีซีบาย	95	23.75
		จีเอ็มเอ็ม กับ อีซีบาย	23	5.75
		รวม	230	57.5
	3 บริษัท	อีออน กับ จีเอ็มเอ็ม กับ อีซีบาย	60	15
		รวม	400	100
จำนวนสถาบัน การเงินที่ผู้บริโภค เป็นสมาชิกบัตร	1 บริษัท	บริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์	61	15.25
		บริษัทจีเอ็มเอ็ม	26	6.5
		บริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย	17	4.25
		รวม	104	26
	2 บริษัท	อีออน กับ จีเอ็มเอ็ม	125	31.25
		อีออน กับ อีซีบาย	89	22.25
		จีเอ็มเอ็ม กับ อีซีบาย	32	8
		รวม	246	61.5
	3 บริษัท	อีออน กับ จีเอ็มเอ็ม กับ อีซีบาย	50	12.5
		รวม	400	100

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สินเชื่อผ่อนชำระ		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
ระยะเวลาในการใช้ สินเชื่อครั้งล่าสุด	3 เดือนที่ผ่านมา	134	33.5
	1 เดือนที่ผ่านมา	101	25.25
	น้อยกว่า 1 เดือน	63	15.75
	น้อยกว่า 1 อาทิตย์	56	14
	มากกว่า 6 เดือน	26	6.5
	6 เดือนที่ผ่านมา	20	5
	รวม	400	100
ความถี่ในการใช้ สินเชื่อผ่อนชำระใน หนึ่งปี	ครั้งแรก	11	2.75
	1 ครั้ง	103	25.75
	2 ครั้ง	139	34.75
	3 ครั้ง	70	17.5
	4 ครั้ง	46	11.5
	5 ครั้ง	31	7.75
	รวม	400	100
ท่านเลือกผ่อนสินค้า ประเภทใด	โทรศัพท์มือถือ	148	37
	คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก	114	28.5
	เครื่องใช้ไฟฟ้า	101	25.25
	เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์	20	5
	อุปกรณ์แต่งบ้าน	17	4.25
	รวม	400	100

ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรชำระ		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
สถานที่ที่ท่านใช้บริการสินเชื่อบัตรชำระ	ห้างสรรพสินค้า	136	34
	อื่นๆ เช่นงานแสดงสินค้า	98	24.5
	ซูเปอร์สโตร์	83	20.75
	ร้านเฟอร์นิเจอร์	26	6.5
	ร้านเครื่องจำหน่ายไฟฟ้า	24	6
	ร้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	19	4.75
	ร้านอุปกรณ์รถยนต์	14	3.5
	รวม	400	100
ประเภทสื่อที่ให้ข้อมูลก่อนตัดสินใจใช้บริการ	บุคคลรอบข้าง	51	12.75
	ใบปลิวหรือโปรชัวร์	92	23
	พนักงานขายสินค้า	147	36.75
	นิตยสารแสดงต่างๆ	87	21.75
	สื่อสิ่งพิมพ์	14	3.5
	เคาเตอร์เซอวิสของบริษัท	9	2.25
	รวม	400	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรชำระ แสดงผลการสำรวจแบบสอบถามโดยแยกจำแนกตามประเภทของปัจจัยที่ทำการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสอบถาม จะเก็บข้อมูลเฉพาะบุคคลที่มีการใช้บริการสินเชื่อบัตรชำระ จึงทำให้มีจำนวนผู้ที่ตอบคำถามว่าใช้สินเชื่อบัตรชำระทั้งสิ้นเป็นร้อยละ 100

จำนวนสถาบันการเงินที่ผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่อบัตรชำระ จะมีทั้งผู้ที่ให้บริการเพียง 1 บริษัท หรือ ใช้บริการ 2 บริษัท หรือ ใช้บริการทั้ง 3 บริษัท ทำให้สามารถแบ่งข้อมูลออกได้เป็น 3 ส่วน คือประกอบด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สินเชื่อผ่านชำระของผู้ให้บริการเพียง 1 บริษัท พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สินเชื่อของผู้ให้บริการ 1 บริษัท เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์แห่งเดียว จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทจำกัด อีซีบีแห่งเดียว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย แห่งเดียว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สินเชื่อของผู้ให้บริการ 2 บริษัท เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ และบริษัทจำกัด อีซีบีแห่งเดียวเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ และบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทจำกัด อีซีบี และบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สินเชื่อของผู้ให้บริการทั้ง 3 บริษัท เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อผ่านชำระของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ บริษัทจำกัด อีซีบี และบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

จำนวนบริษัทที่ผู้บริโภคนับเป็นสมาชิกบัตรเครดิตสินเชื่อผ่านชำระ จะมีทั้งผู้ที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตสินเชื่อผ่านชำระของผู้ให้บริการเพียง 1 บริษัท หรือ ใช้บริการ 2 บริษัท หรือ ใช้บริการทั้ง 3 บริษัท ทำให้สามารถแบ่งข้อมูลออกได้เป็น 3 ส่วน คือประกอบด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตสินเชื่อผ่านชำระของผู้ให้บริการเพียง 1 บริษัท พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเป็นสมาชิก 1 บริษัท เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทจำกัด อีซีบีแห่งเดียว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตสินเชื่อผ่านชำระของผู้ให้บริการ 2 บริษัท เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ และบริษัทจำกัด อีซีบีแห่งเดียวเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ และบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทจำกัด อีซีบี และบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกบัตรสินเชื่อผ่อนชำระของผู้ให้บริการ 3 บริษัท เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของบริษัทมหาชนจำกัด อีออน ธนสินทรัพย์ บริษัทจีเอ็มเอ็น และบริษัทมหาชนจำกัด อีซีบาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ระยะเวลาในการใช้สินเชื่อครั้งล่าสุด เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาการใช้สินเชื่อครั้งล่าสุดของกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สินเชื่อครั้งล่าสุดทำเมื่อ 3 เดือนที่ผ่านมาเป็นอันดับที่หนึ่ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ มีการใช้สินเชื่อครั้งล่าสุดทำเมื่อ 1 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สินเชื่อครั้งล่าสุดทำน้อยกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา มีจำนวน 63 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

ความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระในระยะเวลาหนึ่งปี เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ในการใช้จ่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะความถี่ในการใช้เท่ากับ 2 ครั้งในหนึ่งปีเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาคือความถี่เท่ากับ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ต่อจากนั้นจะเป็นความถี่เท่ากับ 3 ครั้งในหนึ่งปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ประเภทของสินค้าที่ผ่อนชำระ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการผ่อนสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์และคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในหัวข้อประเภทของสินค้าที่ผ่อนชำระ พบว่าส่วนใหญ่นิยมผ่อนสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือเป็นอันดับหนึ่ง จึงนำข้อมูลของผู้ที่เลือกผ่อนโทรศัพท์มือถือมาดูรายละเอียดและวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมว่า เพศ มีผลต่อการเลือกผ่อนสินค้าประเภทมือถือหรือไม่ อย่างไร พร้อมทั้งดูรายละเอียดว่าผู้ที่ผ่อนโทรศัพท์มือถือมีลักษณะอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

4.2.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการเลือกผ่อนสินค้ามือถือโดยการทดสอบทางสถิติด้วย Chi-square

ตารางที่ 4.3
ความสัมพันธ์ของผู้ที่ผ่านโทรศัพท์มือถือกับเพศ

สินค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
โทรศัพท์มือถือ	จำนวน(คน)	N = 148	จำนวน(คน)	N = 148
	77	52.03	71	47.97
รวมทั้งหมด(คน)	148			

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.4
ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าโทรศัพท์มือถือและเพศ

สินค้า		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
สินค้าที่ไม่ใช่มือถือ	จำนวน	117	135	252
	สินค้า ร้อยละ	46.4	53.6	100.0
	เพศ ร้อยละ	60.3	65.5	63.0
	รวม	29.3	33.8	63.0
สินค้าประเภทมือถือ	จำนวน	77	71	148
	สินค้า ร้อยละ	52.0	48.0	100.0
	เพศ ร้อยละ	39.7	34.5	37.0
	รวม	19.3	17.8	37.0
รวม	จำนวน	194	206	400
	สินค้า ร้อยละ	100.0	100.0	100.0
	เพศ ร้อยละ	100.0	100.0	100.0
	รวม	48.5	51.5	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.5
ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าโทรศัพท์มือถือและเพศด้วยค่า
Chi-Square

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.170 ^b	1	.279		
Continuity Correction ^a	.957	1	.328		
Likelihood Ratio	1.170	1	.279		
Fisher's Exact Test				.301	.164
Linear-by-Linear Association	1.167	1	.280		
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	400				

การทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเพศกับการเลือกผ่อนสินค้าโทรศัพท์มือถือ

H0: เพศไม่มีผลต่อการเลือกผ่อนชำระสินค้าโทรศัพท์มือถือ

H1: เพศมีผลต่อการเลือกผ่อนชำระสินค้าโทรศัพท์มือถือ

จากการทดสอบทางสถิติด้วย Chi-square ค่าทางสถิติ Pearson Chi-Square 0.279 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05(ความเชื่อมั่น 95%) เป็นผลทำให้ ไม่สามารถปฏิเสธ สมมุติฐานหลักได้ ดังนั้น ผลสรุปคือ เพศไม่มีผลต่อการเลือกผ่อนชำระสินค้าโทรศัพท์มือถือ จะเห็นได้ว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกผ่อนชำระสินค้าโทรศัพท์มือถือไม่แตกต่างกัน

ซึ่งหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ พิศิษฐ์ อัมพันธ์เจริญ (2547) เรื่องพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครดิตส่วนบุคคลของพนักงานในเขตสีลม โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน พบว่าจากสมมุติฐานข้อที่ 6 ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เครดิตส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันจะมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรต่อครั้งไม่แตกต่างกัน คือเพศไม่มีผลในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อครั้งนั่นเอง ซึ่งหาก

จากการทดสอบทางสถิติพบว่าเพศไม่มีผลต่อการเลือกผ่อนสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ และจากการสำรวจพบว่าผู้ที่เลือกสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นสินค้ากลุ่มเทคโนโลยี ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันในการสื่อสาร ซึ่งทำให้สามารถติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว ทันทับความต้องการ ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้งาน และเนื่องจากสินค้ากลุ่มนี้เป็นสินค้ากลุ่มเทคโนโลยีซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ผลิตมีการแข่งขันออกผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้ามือถือในการทดแทนเครื่องเก่ามากขึ้น จึงทำให้มีโอกาสในการผ่อนสินค้ามากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ

4.2.2 การแสดงความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้เลือกผ่อนสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ

ตารางที่ 4.6
ความสัมพันธ์ของผู้ที่ผ่อนโทรศัพท์มือถือกับอายุ

สินค้า	อายุ		
โทรศัพท์มือถือ	ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	N = 148
	20 - 25 ปี	33	22.30
	26 – 30 ปี	39	26.35
	31 - 35 ปี	45	30.41
	36 – 40 ปี	15	10.14
	41 – 45 ปี	9	6.08
	46 - 50 ปี	7	4.73
	51 - 55 ปี	0	0
	56 – 60 ปี	0	0
รวม		148	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.7
ความสัมพันธ์ของผู้ที่ผ่านโทรศัพท์มือถือกับอาชีพ

สินค้า	อาชีพ		
โทรศัพท์มือถือ	อาชีพ	จำนวน(คน)	N = 148
	รับราชการ/พนักงานราชการ	41	27.7
	พนักงานบริษัทเอกชน	56	37.84
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	14.19
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	14	9.46
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	16	10.81
รวม		148	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.8
ความสัมพันธ์ของผู้ที่ผ่านโทรศัพท์มือถือกับรายได้

สินค้า	รายได้		
โทรศัพท์มือถือ	รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	N = 148
	3,000 – 5,000 บาท	5	3.38
	5,001 - 10,000 บาท	27	18.24
	10,001 - 15,000 บาท	41	27.7
	15,001 - 20,000 บาท	31	20.95
	20,001 – 25,000 บาท	22	14.86
	25,001 – 30,000 บาท	12	8.11
	30,001 – 35,000 บาท	9	6.08
	35,001 – 40,000 บาท	0	0
	40,001 – 45,000 บาท	0	0
	45,001 – 50,000 บาท	0	0
	50,000 บาทขึ้นไป	1	0.68
รวม		148	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.9
ความสัมพันธ์ของผู้ที่ผ่อนโทรศัพท์มือถือกับระดับการศึกษา

สินค้า	การศึกษา		
โทรศัพท์มือถือ	ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	N = 148
	ประถมศึกษา	2	1.35
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.68
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	19	12.84
	อนุปริญญา / ปวส.	34	22.97
	ปริญญาตรี	64	43.24
	สูงกว่าปริญญาตรี	28	18.92
รวม		148	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

จากการสรุปความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้ผ่อนชำระสินค้าโทรศัพท์มือถือ เป็นดังนี้

จำนวนเพศที่เลือกโทรศัพท์มือถือมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 52 เพศหญิงร้อยละ 48 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.83 อายุช่วง 31-35 ปี มีมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.41 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท/เดือน เลือกโทรศัพท์มือถือมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70 และการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 43.24

จากตารางที่ 4.2 สถานที่ที่ผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผ่อนสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ งานแสดงสินค้า เช่น งานคอมมาร์ท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ

ซึ่งหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ พิเศษฐ์ อำพันเพ็ญโรจน์ (2547) เรื่องพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เครดิตส่วนบุคคลของพนักงานในเขตสีลม โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน พบว่าสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเงินผ่อนมากที่สุด ร้อยละ 31.5 คือ ห้างสรรพสินค้าเช่นเดียวกัน ซึ่งหากวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสินเชื่อเงิน

ประเภทสื่อที่ให้ข้อมูลก่อนตัดสินใจใช้บริการ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทสื่อที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลสินค้าก่อนชำระจากพนักงานขายสินค้าจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาเป็นสื่อประเภทใบปลิวจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 นูธงานแสดงสินค้าจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 บุคคลรอบข้าง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 สื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และเคาเตอร์เซอร์วิสของบริษัทจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

4.3 ทศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อผ่อนชำระ

ตอนที่ 3 ทศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อผ่อนชำระ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและบทความ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10
ทศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาดสินเชื่อผ่อนชำระ

ข้อมูลทศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาดของผู้ให้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อผ่อนชำระ		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
จำนวนเงินที่ท่านขอสินเชื่อผ่อนชำระ	ต่ำกว่า 10,00 บาท	32	8
	10,001 – 20,000 บาท	65	16.25
	20,001 – 30,000 บาท	164	41
	30,001 – 50,000 บาท	123	30.75
	50,0001 – 100,000 บาท	16	4
	รวม	400	100
เหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บริการ	มีความต้องการสินค้า	145	36.25
	กู้ง่ายจ่ายสะดวก	187	46.75
	อัตราดอกเบี้ยต่ำ	32	8
	มีโปรโมชั่นถูกใจ	36	9
	รวม	400	100
ระยะเวลาในการผ่อนและวงเงินที่เหมาะสม	น้อยกว่า 10,000 บาท/10 เดือน	48	12
	น้อยกว่า 10,000 บาท/12 เดือน	36	9
	10,001 – 30,000 บาท / 12 เดือน	113	28.25
	10,001 – 30,000 บาท / 24 เดือน	51	12.75
	10,001 – 30,000 บาท / 36 เดือน	23	5.75
	30,001 – 50,000 บาท / 12 เดือน	35	8.75
	30,001 – 50,000 บาท / 24 เดือน	25	6.25
	30,001 – 50,000 บาท / 36 เดือน	33	8.25
	50,001 – 100,000 บาท / 36 เดือน	23	5.75
	50,001 – 100,000 บาท / 48 เดือน	13	3.25
	รวม	400	100

ข้อมูลทัศนคติในเรื่องการตลาดของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ สินเชื่อผ่อนชำระ		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
อัตราดอกเบี้ยและ วงเงินอนุมัติที่ เหมาะสม	ดอกเบี้ย0%วงเงินน้อยกว่า10,000	24	6
	ดอกเบี้ย0-0.1%วงเงินเท่ากับ10,000	28	7
	ดอกเบี้ย0-0.3%วงเงินเท่ากับ10,000-20,000	36	9
	ดอกเบี้ย0.3-0.5%วงเงินเท่ากับ20,000-30,000	101	25.25
	ดอกเบี้ย0.5-0.7%วงเงินเท่ากับ30,000-40,000	157	39.25
	ดอกเบี้ย0.7-0.9%วงเงินเท่ากับ40,000-50,000	54	13.5
	รวม	400	100
อัตราดอกเบี้ยและ ระยะเวลาการผ่อน ชำระที่เหมาะสม	ดอกเบี้ย 0 % ระยะผ่อน 6 เดือน	12	3
	ดอกเบี้ย 0 - 0.1 % ระยะผ่อน 6 -10 เดือน	27	6.75
	ดอกเบี้ย 0.1 - 0.3%ระยะผ่อน10 -12 เดือน	29	7.25
	ดอกเบี้ย 0.3 - 0.5 % ระยะผ่อน12 -18 เดือน	61	15.25
	ดอกเบี้ย 0.5 - 0.7 %ระยะผ่อน18 – 24 เดือน	98	24.5
	ดอกเบี้ย 0.7 - 0.9 % ระยะผ่อน24 – 36 เดือน	106	26.5
	ดอกเบี้ย 0.9 - 1.1 % ระยะผ่อน 36 - 48 เดือน	67	16.75
	รวม	400	100
สถานที่ที่ต้องการให้มี บริการสินเชื่อผ่อน ชำระ	ในงานแสดงสินค้า	104	26
	ห้างสรรพสินค้า	116	29
	ซูเปอร์สโตร์	98	24.5
	แหล่งชุมชน	82	20.5
	รวม	400	100
ช่องทางชำระเงินที่ สะดวกและ เหมาะสม	สาขาของบริษัท	81	20.25
	เคาเตอร์เซอร์วิสทั่วไป	115	28.75
	ที่ทำการไปรษณีย์	67	16.75
	ธนาคารพาณิชย์	78	19.5
	ATM	39	9.75
	ระบบมือถือ	10	2.5
	ระบบอินเทอร์เน็ต	10	2.5
	รวม	400	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.10 ทศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาด แสดงผลการสำรวจแบบสอบถามโดยแยกจำแนกตามประเภทของปัจจัยที่ทำการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

จำนวนเงินที่ขอสินเชื่อผ่อนชำระ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกตามวงเงินที่ขอสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเงินที่ขอสินเชื่อผ่อนชำระ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ วงเงิน 30,001-50,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 วงเงิน 10,001-20,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเพราะกู้ง่ายจ่ายสะดวก จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ มีความต้องการสินค้า จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 โปรโมชั่นถูกใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

4.3.1 การแสดงความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้ที่เลือกเหตุผลในการตัดสินใจเนื่องจากกู้ง่ายจ่ายสะดวกได้ดังนี้

ตารางที่ 4.11

ความสัมพันธ์ของเพศกับการเลือกเหตุผลในการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

เหตุผลในการเลือกใช้	เพศ			
	ชาย		หญิง	
กู้ง่ายจ่ายสะดวก	จำนวน(คน)	N = 187	จำนวน(คน)	N = 187
	89	47.5	98	52.5
รวมทั้งหมด(คน)	187			

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.12

ความสัมพันธ์ของอาชีพกับการเลือกเหตุผลในการใช้สินค้าอ่อนชำระ

เหตุผลในการเลือกใช้	อาชีพ		
ผู้จ่ายจ่ายสะดวก	อาชีพ	จำนวน(คน)	N = 148
	รับราชการ/พนักงานราชการ	56	29.95
	พนักงานบริษัทเอกชน	74	39.57
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	22.46
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	9	4.81
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	6	3.21
รวม		187	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.13

ความสัมพันธ์ของช่วงอายุกับการเลือกเหตุผลในการใช้สินค้าอ่อนชำระ

เหตุผลในการเลือกใช้	อายุ		
ผู้จ่ายจ่ายสะดวก	ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	N = 187
	20 - 25 ปี	36	19.79
	26 – 30 ปี	43	23.53
	31 - 35 ปี	69	37.97
	36 – 40 ปี	15	8.02
	41 – 45 ปี	11	5.88
	46 - 50 ปี	8	4.81
	51 - 55 ปี	0	0
	56 – 60 ปี	0	0
รวม		187	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.14

ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการเลือกเหตุผลในการใช้สินเชื่อผ่อนชำระ

เหตุผลในการเลือกใช้	การศึกษา		
กู้ง่ายจ่ายสะดวก	ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	N = 187
	ประถมศึกษา	4	2.14
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3	1.6
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	21	11.23
	อนุปริญญา / ปวส.	47	25.13
	ปริญญาตรี	78	41.71
	สูงกว่าปริญญาตรี	34	18.18
รวม		187	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.15

ความสัมพันธ์ของรายได้กับการเลือกเหตุผลในการใช้สินเชื่อผ่อนชำระ

เหตุผลในการเลือกใช้	รายได้		
กู้ง่ายจ่ายสะดวก	รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	N =187
	3,000 – 5,000 บาท	5	2.67
	5,001 - 10,000 บาท	36	19.25
	10,001 - 15,000 บาท	60	32.09
	15,001 - 20,000 บาท	31	16.58
	20,001 – 25,000 บาท	22	11.76
	25,001 – 30,000 บาท	12	6.42
	30,001 – 35,000 บาท	11	5.88
	35,001 – 40,000 บาท	1	0.53
	40,001 – 45,000 บาท	2	1.07
	45,001 – 50,000 บาท	6	3.21
	50,000 บาทขึ้นไป	1	0.53
รวม		187	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

จากการสรุปความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับเหตุผลของการเลือกใช้ สินเชื่อบนชำระเพราะกู้ยืมจ่ายสะดวก เป็นดังนี้

สัดส่วนของเพศที่เลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อบนชำระเพราะกู้ยืมจ่ายสะดวก เป็นเพศชายร้อยละ 47.5 เพศหญิงร้อยละ 52.5 อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 36.57 อายุช่วง 31-35 ปีมีการตอบมากที่สุดจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 37.97 รายได้ 10,001 – 15,000 เลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อบนชำระเพราะกู้ยืมจ่ายสะดวกมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 32.09 การศึกษาระดับปริญญาตรีเลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อบนชำระเพราะกู้ยืมจ่ายสะดวกมากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 41.71

จากตารางที่ 4.10 ระยะเวลาในการผ่อนและวงเงินที่เหมาะสม จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อบนชำระ เมื่อจำแนกตามระยะเวลาและวงเงินที่เหมาะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจ เลือกใช้ วงเงิน 10,001 -30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาคือ วงเงิน 10,001 – 30,000 บาท ผ่อนชำระ 24 เดือน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 วงเงิน น้อยกว่า10,000 บาท ผ่อน 10 เดือน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

เนื่องจากจากข้อมูลพบว่าการตัดสินใจ เลือกใช้ วงเงิน 10,001 -30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 เป็นเหตุผลที่มากที่สุด จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้สามารถแสดงความสัมพันธ์กับข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

4.3.2 การแสดงความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้เลือกวงเงิน10,001-30,000 ระยะเวลาผ่อน 12 เดือน

ตารางที่ 4.16

ความสัมพันธ์ของเพศกับระยะเวลาในการผ่อนชำระสินค้าและวงเงินที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	เพศ			
	ชาย		หญิง	
วงเงิน 10,001 -30,000	จำนวน(คน)	N = 113	จำนวน(คน)	N = 113
บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน	52	46.02	61	53.98
รวมทั้งหมด(คน)	113			

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.17

ความสัมพันธ์ของอาชีพกับระยะเวลาในการผ่อนชำระสินค้าและวงเงินที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	อาชีพ		
	อาชีพ	จำนวน(คน)	N = 113
วงเงิน 10,001 -30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน	รับราชการ/พนักงานราชการ	29	25.66
	พนักงานบริษัทเอกชน	54	47.49
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	19.47
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5	4.42
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	3	2.65
รวม		113	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.18

ความสัมพันธ์ของอายุกับระยะเวลาในการผ่อนชำระสินค้าและวงเงินที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	อายุ		
	ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	N = 113
วงเงิน 10,001 -30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน	20 - 25 ปี	19	16.81
	26 – 30 ปี	47	41.59
	31 - 35 ปี	24	21.24
	36 – 40 ปี	9	7.96
	41 – 45 ปี	6	5.31
	46 - 50 ปี	5	4.42
	51 - 55 ปี	0	1.77
	56 – 60 ปี	0	0.88
รวม		113	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.19

ความสัมพันธ์ของรายได้กับระยะเวลาในการผ่อนชำระสินค้าและวงเงินที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	รายได้		
	รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	N = 113
วงเงิน 10,001-30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน	3,000 – 5,000 บาท	4	3.54
	5,001 - 10,000 บาท	22	19.47
	10,001 - 15,000 บาท	32	28.32
	15,001 - 20,000 บาท	19	16.81
	20,001 – 25,000 บาท	13	11.5
	25,001 – 30,000 บาท	9	7.96
	30,001 – 35,000 บาท	6	5.31
	35,001 – 40,000 บาท	1	0.88
	40,001 – 45,000 บาท	2	1.77
	45,001 – 50,000 บาท	4	3.54
	50,000 บาทขึ้นไป	1	0.88
รวม		113	100

ตารางที่ 4.20

ความสัมพันธ์ของการศึกษาระยะเวลาในการผ่อนชำระสินค้าและวงเงินที่เหมาะสมต่อ
การใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	การศึกษา		
	ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	N = 113
วงเงิน 10,001 -30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน	ประถมศึกษา	4	3.54
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3	2.65
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	17	15.04
	อนุปริญญา / ปวส.	29	25.66
	ปริญญาตรี	45	39.82
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	13.24
รวม		113	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

การสรุปความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้ที่เลือกวงเงิน 10,001-30,000
ระยะเวลาผ่อน 12 เดือน เป็นดังนี้

สัดส่วนของเพศกับระยะเวลาการผ่อนและวงเงินสินเชื่อ 10,001 -30,000 บาท ผ่อน
ชำระ 12 เดือน เพศชายร้อยละ 46 หญิงร้อยละ 54 อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 54 คน
คิดเป็นร้อยละ 41.49 อายุช่วง 26-30 ปีมีการตอบมากที่สุดจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 41.59
รายได้ 10,001 – 15,000 เลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อผ่อนชำระโดยในวงเงิน 10,001 -30,000 บาท
ผ่อนชำระ 12 เดือน มากที่สุด จำนวน 32คน คิดเป็นร้อยละ 28.32 การศึกษาระดับปริญญาตรี
เลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อผ่อนชำระโดยในวงเงิน 10,001 -30,000 บาท ผ่อนชำระ 12 เดือน มาก
ที่สุด จำนวน 45คน คิดเป็นร้อยละ 39.82

จากตาราง 4.10 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระและวงเงินอนุมัติที่เหมาะสม
จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกตามอัตราดอกเบี้ย
ในการผ่อนชำระและวงเงินอนุมัติที่เหมาะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือก อัตราดอกเบี้ย
0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท เหมาะสม จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ
39.25 รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย 0.3 % - 0.5% และวงเงินเท่ากับ 20,000 - 30,000 บาท
เหมาะสม จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 อัตราดอกเบี้ย 0.7 % - 0.9 % และวงเงินเท่ากับ
40,000 - 50,000 บาท เหมาะสม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลพบว่าการตัดสินใจ เลือกใช้ อัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และ
วงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท เหมาะสม จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 เป็น
เหตุผลที่มากที่สุด จากข้อมูลดังกล่าวทำให้สามารถแสดงความสัมพันธ์กับข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

4.3.3 การแสดงความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้เลือกวงเงิน 30,000-40,000 ดอกเบี้ย 0.5% - 0.7%

ตารางที่ 4.21

ความสัมพันธ์ของเพศกับอัตราดอกเบี้ย 0.5%-0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000
บาท ต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	เพศ			
	ชาย		หญิง	
อัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7%	จำนวน(คน)	N = 157	จำนวน(คน)	N = 157
และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท	85	54.14	72	45.86
รวมทั้งหมด(คน)	157			

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.22

ความสัมพันธ์ของอาชีพกับอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 -
40,000 บาท ต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	อาชีพ		
	อาชีพ	จำนวน(คน)	N = 157
อัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7%	รับราชการ/พนักงานราชการ	57	36.31
และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท	พนักงานบริษัทเอกชน	68	43.31
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	15.92
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5	3.18
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	2	1.27
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.23

ความสัมพันธ์ของอายุกับอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท ต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	อายุ		
อัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท	ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	N = 157
	20 - 25 ปี	33	21.02
	26 - 30 ปี	68	43.31
	31 - 35 ปี	31	19.75
	36 - 40 ปี	11	7.01
	41 - 45 ปี	8	5.10
	46 - 50 ปี	6	3.82
	51 - 55 ปี	0	0
	56 - 60 ปี	0	0
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.24

ความสัมพันธ์ของการศึกษากับอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท ต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	การศึกษา		
อัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท	ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	N = 157
	ประถมศึกษา	4	2.55
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3	1.91
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	21	13.38
	อนุปริญญา / ปวส.	46	29.3
	ปริญญาตรี	63	40.13
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	12.74
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.25

ความสัมพันธ์ของรายได้กับอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท ต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

พฤติกรรมที่เลือกใช้	รายได้		
อัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท	รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	N = 157
	3,000 – 5,000 บาท	5	3.18
	5,001 - 10,000 บาท	25	15.92
	10,001 - 15,000 บาท	58	36.94
	15,001 - 20,000 บาท	20	12.74
	20,001 – 25,000 บาท	18	11.46
	25,001 – 30,000 บาท	12	7.64
	30,001 – 35,000 บาท	9	5.73
	35,001 – 40,000 บาท	3	1.91
	40,001 – 45,000 บาท	2	1.27
	45,001 – 50,000 บาท	3	1.91
	50,000 บาทขึ้นไป	2	1.27
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

การสรุปความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้ที่เลือกวงเงิน 30,000-40,000 ดอกเบี้ย 0.5% - 0.7% เป็นดังนี้

สัดส่วนของเพศที่เลือกเหตุผลใช้สินเชื่อผ่อนชำระในอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท เพศชายร้อยละ 54 เพศหญิงร้อยละ 46 อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 43.31 อายุช่วง 26-30 ปีมีการตอบมากที่สุดจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 43.31 รายได้ 10,001 – 15,000 บาทเลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อผ่อนชำระโดยในอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท มีความเหมาะสมต่อการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.94 การศึกษาระดับปริญญาตรีเลือกเหตุผลที่ใช้สินเชื่อผ่อนชำระโดยในอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท มีความเหมาะสมที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 40.13

จากตาราง 4.10 อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระและระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกตามอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระและระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า อัตราดอกเบี้ย 0.7% - 0.9 % และระยะเวลาผ่อน 24 – 36 เดือนเหมาะสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย 0.5% - 0.7 % และระยะเวลาผ่อน 18 – 24 เดือนเหมาะสม จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อัตราดอกเบี้ย 0.9% - 1.1 % และระยะเวลาผ่อน 36 – 48 เดือนเหมาะสม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

สถานที่ที่ต้องการให้มีบริการสินเชื่อผ่อนชำระ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกตามการเลือกสถานที่ในการให้บริการที่เหมาะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า ห้างสรรพสินค้ามีความเหมาะสมในการตั้งสถานที่ให้บริการ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ ในงานแสดงสินค้ามีความเหมาะสมในการตั้งสถานที่ให้บริการ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ซูเปอร์มาร์เก็ตมีความเหมาะสมในการตั้งสถานที่ให้บริการ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และแหล่งชุมชนมีความเหมาะสมในการตั้งสถานที่ให้บริการ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ช่องทางในการให้บริการชำระเงินที่สะดวกและเหมาะสม จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เมื่อจำแนกตามการเลือกสถานที่ในการให้บริการชำระเงินที่สะดวกและเหมาะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าช่องทาง เคาน์เตอร์เซอร์วิสทั่วไปเป็นสถานที่ที่มีความสะดวกและเหมาะสม จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมาคือ สาขาของบริษัท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26
ทัศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาดสินค้าผ่อนชำระโดยการจัดลำดับ

ข้อมูลทัศนคติในเรื่องการตลาดของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ สินค้าผ่อนชำระ		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
เหตุผลที่ใช้บริการ สินค้าผ่อนชำระ	ความเร็วในการอนุมัติ (1)	104	26
	ระยะเวลาในการผ่อน (2)	84	21
	วงเงิน (3)	67	16.75
	อัตราดอกเบี้ย (4)	53	13.25
	มีสาขาให้บริการทั่วถึง (5)	44	11
	การให้บริการของพนักงาน (6)	32	8
	ของแถมโปรโมชั่น (7)	16	4
	รวม	400	100
การให้บริการของ พนักงานข้อใดสำคัญ ที่สุด	การทวงถามหนี้ (1)	113	28.25
	ข้อมูลทางโทรศัพท์ (2)	98	24.5
	หลังการขาย (3)	82	20.5
	งานให้บริการสาขาบริษัท (4)	71	17.75
	ตรวจสอบข้อมูล (5)	36	9
	รวม	400	100
ข้อมูลทัศนคติในเรื่องการตลาดของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับสินค้าผ่อนชำระ		จำนวน (คน)	ร้อยละ (n=400)
โปรโมชั่นพิเศษข้อใด ที่ต้องการมากที่สุด	0 % (1)	157	39.25
	ลดอัตราดอกเบี้ย(2)	112	28
	ให้ของกำนัล(3)	74	18.5
	ส่วนลด(4)	57	14.25
	รวม	400	100
นโยบายที่ต้องการให้ ช่วยเหลือในสภาพ เศรษฐกิจปัจจุบัน	ลดและเลิกค่าเบี้ยปรับ(1)	174	43.5
	ลดดอกเบี้ยในการผิดนัดชำระ(2)	103	25.75
	ยืดระยะเวลาในการผ่อน(3)	76	19
	ตั้งศูนย์ร้องทุกข์(4)	47	11.75
	รวม	400	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.26 ทศนคติในเรื่องกลยุทธ์การตลาดสินค้าแฟชั่น

ปัจจัยทางการตลาดและเหตุผลที่ผู้บริโภคใช้บริการ จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสอบถามให้มีความสำคัญเรียงลำดับดังนี้

อันดับที่ 1 คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

อันดับที่ 2 คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ(งวด) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

อันดับที่ 3 คือ วงเงินในการอนุมัติสินเชื่อ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75

อันดับที่ 4 คือ อัตราดอกเบี้ย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25

อันดับที่ 5 คือ มีสาขาให้บริการทั่วถึง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

อันดับที่ 6 คือ การให้บริการที่ดีของพนักงาน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

อันดับที่ 7 คือ ของแถมโปรโมชั่น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

เนื่องจากข้อมูลพบว่าการตัดสินใจ เลือกใช้ ความรวดเร็วในการอนุมัติ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 จากข้อมูลดังกล่าวทำให้สามารถแสดงความสัมพันธ์กับข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

4.3.4 การแสดงความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปกับผู้ที่เลือกความรวดเร็วในการอนุมัติ

ตารางที่ 4.27

ความสัมพันธ์ของเพศกับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่านสินค้าแฟชั่น

กลยุทธ์การตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	จำนวน(คน)	N = 104	จำนวน(คน)	N = 104
	50	48.08	54	51.92
รวมทั้งหมด(คน)	104			

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.28
ความสัมพันธ์ของอาชีพกับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่อนชำระ

กลยุทธ์การตลาด	อาชีพ		
ความเร็วในการอนุมัติ	อาชีพ	จำนวน(คน)	N = 104
	รับราชการ/พนักงานราชการ	33	31.73
	พนักงานบริษัทเอกชน	49	47.12
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	15.38
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4	3.85
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	2	1.92
รวม		104	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.29
ความสัมพันธ์ของอายุกับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่อนชำระ

กลยุทธ์การตลาด	อายุ		
ความเร็วในการอนุมัติ	ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	N = 104
	20 - 25 ปี	22	21.15
	26 – 30 ปี	44	42.31
	31 - 35 ปี	16	15.38
	36 – 40 ปี	10	9.62
	41 – 45 ปี	7	6.73
	46 - 50 ปี	5	4.81
	51 - 55 ปี	0	1.92
	56 – 60 ปี	0	0.96
รวม		104	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.30
ความสัมพันธ์ของรายได้กับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่อนชำระ

กลยุทธ์การตลาด	รายได้		
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	N = 104
	3,000 – 5,000 บาท	5	4.81
	5,001 - 10,000 บาท	14	13.46
	10,001 - 15,000 บาท	38	36.54
	15,001 - 20,000 บาท	10	9.62
	20,001 – 25,000 บาท	11	10.58
	25,001 – 30,000 บาท	9	8.65
	30,001 – 35,000 บาท	6	5.77
	35,001 – 40,000 บาท	4	3.85
	40,001 – 45,000 บาท	2	1.92
	45,001 – 50,000 บาท	3	2.88
	50,000 บาทขึ้นไป	2	1.92
รวม		104	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.31
ความสัมพันธ์ของการศึกษากับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่านชำระ

กลยุทธ์การตลาด	การศึกษา		
ความเร็วในการอนุมัติ	ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	N = 104
	ประถมศึกษา	4	12
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3	2.88
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	12	11.54
	อนุปริญญา / ปวส.	25	24.04
	ปริญญาตรี	42	40.38
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	17.31
รวม		104	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

สรุปความสัมพันธ์ของข้อมูลบุคคลทั่วไปกับผู้เลือกหัวข้อความเร็วในการอนุมัติเป็นดังนี้

สัดส่วนของเพศที่เลือกเหตุผลความเร็วในการอนุมัติสำคัญที่สุด เพศชายร้อยละ 48 เพศหญิงร้อยละ 52 อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 47.12 อายุช่วง 26-30 ปีมีการตอบมากที่สุดจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38

จากตาราง 4.26 การให้บริการของพนักงานที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ พบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับที่ 1 คือ การติดตามทวงถามหนี้สินของพนักงาน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25
 อันดับที่ 2 คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ข้อมูลทางโทรศัพท์ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5
 อันดับที่ 3 คือ การให้บริการหลังการขาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5
 อันดับที่ 4 คือ การให้บริการของพนักงาน ณ ช่องทางการชำระเงินและเคาเตอร์เซอร์วิสที่เป็นสาขาของบริษัท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75

อันดับที่ 5 คือ การให้บริการของพนักงานในการตรวจสอบข้อมูลเพื่ออนุมัติสินเชื่อ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ลักษณะโปรโมชั่นพิเศษที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและให้ความสำคัญ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสอบถาม เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะโปรโมชั่นพิเศษที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและให้ความสำคัญ ให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับที่ 1 คือ โปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0% จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25

อันดับที่ 2 คือ โปรโมชั่นการลดอัตราดอกเบี้ยปกติในสินค้าแต่ละชนิด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

อันดับที่ 3 คือ โปรโมชั่นให้ของกำนัลต่างๆ เช่น กระเป๋ากา ปากกา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

อันดับที่ 4 คือ โปรโมชั่นการให้ส่วนลดและยังสามารถผ่อนสินค้าได้กับทางห้างสรรพสินค้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25

เนื่องจากข้อมูลพบว่าการตัดสินใจ เลือกใช้ โปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0% จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 จากข้อมูลดังกล่าวทำให้สามารถแยกความสัมพันธ์กับข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.32

ความสัมพันธ์ของเพศกับโปรโมชั่นการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน สินเชื่อผ่อนชำระ

กลยุทธ์การตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
โปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0%	จำนวน(คน)	N =157	จำนวน(คน)	N = 157
	80	51	77	49
รวมทั้งหมด(คน)	157			

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.33
ความสัมพันธ์ของอาชีพกับโปรโมชันการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่อนชำระ

กลยุทธ์การตลาด	อาชีพ		
โปรโมชันอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0%	อาชีพ	จำนวน(คน)	N = 157
	รับราชการ/พนักงานราชการ	50	31.85
	พนักงานบริษัทเอกชน	75	47.77
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	14.65
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	6	3.82
	อื่นๆ เช่นรับจ้าง	3	1.91
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.34
ความสัมพันธ์ของอายุกับโปรโมชันการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่อนชำระ

สินค้า	อายุ		
โปรโมชันอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0%	ช่วงอายุ(ปี)	จำนวน(คน)	N = 157
	20 - 25 ปี	18	11.46
	26 – 30 ปี	75	47.77
	31 - 35 ปี	25	15.92
	36 – 40 ปี	25	15.92
	41 – 45 ปี	8	5.10
	46 - 50 ปี	6	2.82
	51 - 55 ปี	0	0
	56 – 60 ปี	0	0
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.35
ความสัมพันธ์ของรายได้กับโปรโมชั่นการตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อบัตรชำระ

กลยุทธ์การตลาด	รายได้		
โปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0%	รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	N = 157
	3,000 – 5,000 บาท	7	4.46
	5,001 - 10,000 บาท	23	14.65
	10,001 - 15,000 บาท	57	36.31
	15,001 - 20,000 บาท	16	10.19
	20,001 – 25,000 บาท	19	12.10
	25,001 – 30,000 บาท	10	6.37
	30,001 – 35,000 บาท	9	5.73
	35,001 – 40,000 บาท	5	3.18
	40,001 – 45,000 บาท	3	1.91
	45,001 – 50,000 บาท	5	3.18
	50,000 บาทขึ้นไป	3	1.91
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.36
ความสัมพันธ์ของการศึกษากับกลยุทธ์การตลาดต่อการใช้จ่ายผ่าน
สินเชื่อผ่อนชำระ

กลยุทธ์การตลาด	การศึกษา		
โปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0%	ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	N = 157
	ประถมศึกษา	6	3.82
	มัธยมศึกษาตอนต้น	5	3.18
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	19	12.1
	อนุปริญญา / ปวส.	39	24.84
	ปริญญาตรี	62	39.49
	สูงกว่าปริญญาตรี	26	16.56
รวม		157	100

ที่มา : จากแบบสอบถาม

สรุปความสัมพันธ์ของข้อมูลบุคคลทั่วไปกับโปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0% เป็นดังนี้

สัดส่วนของเพศที่ให้ความสำคัญโปรโมชั่น 0% เพศชายร้อยละ 51 เพศหญิงร้อยละ 49 อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 47.77 อายุช่วง 26-30 ปีมีการตอบมากที่สุดจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 47.77 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 57คน คิดเป็นร้อยละ 36.31 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38

นโยบายในการให้ความช่วยเหลือที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันเกิดสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีผลกระทบในวงกว้างต่อผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระสินค้า นโยบายที่ทางผู้บริโภคมีความต้องการและให้ความสำคัญที่จะให้บริษัทออกนโยบายในการช่วยเหลือ ให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับที่ 1 คือ ลดหรือยกเลิกค่าเบี้ยปรับในการติดตามทวงถามหนี้สิน เมื่อลูกค้าผิดนัดชำระเงิน โดยลูกค้า ต้องติดต่อประสานงานกับทางบริษัทเพื่อแสดงความจำนง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

อันดับที่ 2 คือ ลดอัตราดอกเบี้ยผิดนัดชำระ เนื่องจากมีการผิดนัดชำระเงิน โดยลูกค้าต้องติดต่อบริษัทประกันกับทางบริษัทเพื่อแสดงความจำนง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75

อันดับที่ 3 คือ ยืดระยะเวลาในการผ่อนชำระสินค้าในนานขึ้น เพื่อให้ค่างวดที่ลูกค้าชำระอยู่มีจำนวนลดลง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

อันดับที่ 4 คือ ตั้งศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ในการประนอมหนี้ เมื่อลูกค้าประสบปัญหาทางการเงินและ ผิดนัดการชำระหนี้จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75

4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

ประเด็นการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ประกอบไปด้วย

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้สินเชื่อผ่อนชำระเป็นอย่างไร

ประเด็นศึกษาที่ 2 : สินค้าประเภทใดที่ผู้บริโภคนิยมใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของผู้บริโภค

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการผ่อนชำระกับการให้วงเงินสินเชื่อเป็นอย่างไร

ประเด็นศึกษาที่ 5 : เปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับการให้วงเงินสินเชื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างไร

ประเด็นศึกษาที่ 6 : เปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับระยะเวลาในการผ่อนสินค้าผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างไร

ประเด็นศึกษาที่ 7 : กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ดำเนินธุรกิจสินเชื่อผ่อนชำระใช้อยู่ในปัจจุบันกลยุทธ์ใดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและเป็นเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

ประเด็นศึกษาที่ 8 : โปรโมชันพิเศษประเภทใดที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุด

จากการทำการวิจัยโดยการให้การแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 400 ราย สามารถอธิบายถึงประเด็นศึกษาทั้ง 8 ข้อได้ดังนี้

ประเด็นศึกษาที่ 1 : สรุปลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้สินเชื่อผ่อนชำระเป็นอย่างไร จากผลการตอบแบบสอบถาม 400 ราย พบว่า คุณสมบัตินโดยรวมของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ มีดังนี้

สัดส่วนการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระระหว่างเพศหญิงกับเพศชายใกล้เคียงกัน คือ เพศหญิงร้อยละ 51 และเพศชายร้อยละ 49 โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน คือ ช่วงอายุระหว่าง 30-35 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานมาแล้ว 6-10 ปี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000-15,000 บาทต่อเดือน เป็นส่วนใหญ่

ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของคนกลุ่มนี้ พบว่าจะเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานที่ทำงานมาแล้ว 6-10 ปี ซึ่งมีรายได้ในช่วง 10,000-15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมากกว่าผู้ที่เพิ่งเริ่มทำงานหรือผู้ที่ใกล้วัยเกษียณ โดยจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจใช้สินเชื่อผ่อนชำระจะถูกกำหนดโดยผู้บริโภคคาดการณ์ว่าในอนาคตยังสามารถทำงานและมีรายได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของการบริโภคว่าจะขึ้นอยู่กับรายได้ตลอดช่วงวงจรชีวิตของผู้บริโภค คนกลุ่มนี้จึงชอบนำรายได้ที่คาดว่าจะมีในอนาคตมาบริโภคก่อน ซึ่งก็จะตรงกับคุณสมบัติที่ผู้ให้บริการสินเชื่อกำหนด คือให้บริการแก่ผู้ที่มีรายได้แน่นอน อย่างเช่น กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท มีประสบการณ์ทำงานและอยู่ในช่วงวัยทำงานทำให้มีความมั่นคงและสามารถลดความเสี่ยงของสถาบันการเงินลงได้ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ทำงานมาแล้วในระยะเวลาหนึ่งมีกำลังซื้อเนื่องจากมีรายได้ที่แน่นอนซึ่งตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ

ประเด็นศึกษาที่ 2 : สินค้าประเภทใดที่ผู้บริโภคนิยมใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระ จากการตอบแบบสอบถามพบว่าเป็นสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีการใช้จ่ายผ่านสินเชื่อผ่อนชำระเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้เลือกผ่อนโทรศัพท์มือถือมีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย รองลงมาเป็นสินค้าคอมพิวเตอร์และคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่นๆ โดยผู้ให้บริการที่ได้เลือกสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือมีรายละเอียดดังนี้ จำนวนเพศที่เลือกผ่อนสินค้าโทรศัพท์มือถือ เป็นเพศชายร้อยละ 52 เพศหญิงร้อยละ 48 อาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.83 อายุช่วง 31-35 ปี มากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.41 รายได้ 10,001 – 15,000 เลือกโทรศัพท์มือถือมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70 การศึกษาระดับปริญญาตรีเลือกโทรศัพท์มือถือมากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.97 เนื่องจากโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีจะแตกต่างจากสินค้าทั่วไปเนื่องจากเป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือที่ปัจจุบันอายุการใช้งานจะเฉลี่ย 6 เดือนก็ตกอยู่แล้ว ระบบเงินผ่อน

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ที่เกี่ยวข้อง คือ รสนิยม และราคาของสินค้าอื่นๆ สินค้าประเภทเทคโนโลยีเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมโดยตรง ผู้ที่มีรสนิยมหรือตามกระแสจะบริโภคสินค้าเมื่อถือตามรสนิยมของตน และสินค้าประเภทนี้ในปัจจุบันไม่ได้มีราคาสูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต ทำให้สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนได้บ่อยครั้ง ซึ่งสินเชื่อผ่อนชำระจึงสามารถตอบสนองความต้องการได้ จากทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องนอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นตัวกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก เช่น รุน การออกแบบ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อซ้ำ โดยกล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) จะเห็นว่าผู้ที่ชื่นชอบสินค้าชิ้นนี้จะมีอายุอยู่ระหว่าง วัยทำงาน และมีรายได้ปานกลาง ทำให้สินเชื่อผ่อนชำระสามารถตอบสนองต่อความต้องการบริโภคได้

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของผู้บริโภค จากการวิจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระเพราะความสะดวก ในหัวข้อ กู้ยืมจ่ายสะดวก จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 จากข้อมูลพบว่าผู้บริโภคอยู่ในช่วงวัยทำงานอายุ 31-35 ปี มีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท จากทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) นั่นคือ เมื่อมีสิ่งเร้าและผู้บริโภคมีความต้องการสินค้า ความสะดวกและรวดเร็วจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการและอารมณ์ในการจับจ่ายในขณะนั้นมากที่สุด เพราะหากต้องใช้ระยะเวลาในการอนุมัติที่ยาวนาน หรือไม่สะดวกในการใช้บริการ อาจทำให้อารมณ์ความต้องการสินค้าในขณะนั้นเปลี่ยนแปลงไปได้ ส่วนอัตราดอกเบี้ยและโปรโมชั่นต่างๆ จะเป็นปัจจัยที่รองลงมาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการผ่อนชำระกับการให้วงเงินสินเชื่อ จากการศึกษพบว่าผู้ตอบว่าวงเงินสินเชื่อจำนวน 10,001 - 30,000 บาท ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 12 เดือน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 มีความเหมาะสม จากข้อมูลนี้ระหว่างวงเงินสินเชื่อและระยะเวลาในการผ่อนชำระมีความสำคัญใกล้เคียงกันและมี

ประเด็นศึกษาที่ 5 : เปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับการให้วงเงินสินเชื่อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างไร จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีได้เลือกอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำที่สุด หากมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยในกรณีนี้ เลือกอัตราดอกเบี้ย 0.5 % - 0.7% และวงเงิน เท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท ว่ามีความเหมาะสม จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ซึ่งแม้ จะต้องจ่ายดอกเบี้ยแต่ผู้บริโภคยังเลือกการได้รับวงเงินเท่ากับ 30,000 - 40,000 บาท ซึ่งเป็นเป็น วงเงินสินเชื่อที่สูงและสามารถตอบสนองความต้องการในด้านราคาของสินค้าที่สูงกว่าที่เขาจะใช้ จ่ายซื้อได้ด้วยเงินสด จากข้อมูลพบว่าผู้บริโภคส่วนมากอยู่ในวัยทำงาน มีรายได้ปานกลาง การศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งยังมีโอกาสในการทำงานอีกยาวนาน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนิน ชีวิต ทำให้การใช้สินเชื่อผ่อนชำระสินค้า ต้องพิจารณาดูเรื่องวงเงินเข้ามาด้วยเพื่อวางแผนการใช้ จ่าย โดยดูปริมาณเงินที่สามารถใช้จ่ายได้ในอนาคต

จากทฤษฎีการบริโภคข้ามเวลา จะเห็นได้ว่ารายได้ในปัจจุบันของผู้บริโภคไม่ สามารถซื้อสินค้านั้นได้ แต่เนื่องจากผู้บริโภคคาดว่าในอนาคตจะยังมีรายได้จากการทำงาน อยู่ จึงสามารถนำเงินในอนาคตมาบริโภคก่อนโดยผ่านการใช้สินเชื่อผ่อนชำระ ซึ่งแม้ว่าจะมี ค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นจากอัตราดอกเบี้ย แต่เมื่อคำนวณค่าวงดรายเดือนกับรายได้และรายจ่ายใน อนาคต ผู้บริโภคยินดีจ่ายอัตราดอกเบี้ยหากได้รับสินค้าเพื่อนำมาใช้ประโยชน์และสามารถ ตอบสนองความต้องการบริโภคสินค้าในปัจจุบัน ซึ่งจุดดุลยภาพใหม่จะเกิดขึ้นที่ความสามารถใน การบริโภคสินค้า ณ ปัจจุบัน และความพอใจจะเพิ่มมากขึ้นตามการบริโภคที่เกิดขึ้น

ประเด็นศึกษาที่ 6: เปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับระยะเวลาในการผ่อน สินค้าผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบว่าอัตราดอกเบี้ยเท่ากับ 0.7% - 0.9 % และระยะเวลาผ่อน 24 – 36 เดือนมีความเหมาะสม ถึงแม้จะต้องจ่ายดอกเบี้ยสูงแต่ ผู้บริโภคยังเลือกระยะเวลาผ่อน 24 – 36 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาการผ่อนที่นาน แม้ว่าจะทำให้ ผู้บริโภคเสียดอกเบี้ยเพิ่มมากขึ้น แต่ผู้บริโภคยังเลือกที่จะผ่อนชำระเป็นเวลา 24 – 36 เดือน

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนิยมจ่ายอัตราดอกเบี้ยหากมีความต้องการบริโภคสินค้าและต้องการให้ค่าวงจรวรายเดือนซึ่งรวมกับค่าใช้จ่ายแล้ว ไม่เกินรายได้ในอนาคตที่จะได้รับโดยสามารถเลือกระยะเวลาในการผ่อนให้เหมาะสมกับรายได้ในอนาคต

ประเด็นศึกษาที่ 7 : กลยุทธ์ทางการตลาดที่บริษัทดำเนินธุรกิจสินเชื่อผ่อนชำระใช้อยู่ในปัจจุบันกลยุทธ์ใดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและเป็นเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เราสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

- อันดับที่ 1 คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0
- อันดับที่ 2 คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ(งวด) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0
- อันดับที่ 3 คือ วงเงินในการอนุมัติสินเชื่อ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75
- อันดับที่ 4 คือ อัตราดอกเบี้ย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25
- อันดับที่ 5 คือ มีสาขาให้บริการทั่วถึง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0
- อันดับที่ 6 คือ การให้บริการที่ดีของพนักงาน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0
- อันดับที่ 7 คือ ของแถมโปรโมชั่น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

จะเห็นว่าอันดับที่ 1 คือความรวดเร็วในการอนุมัติ เนื่องจากการใช้จ่ายของผู้บริโภค ต้องการตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นหลัก โดยมีอารมณ์และความรู้สึกในการจับจ่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งหากเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ แล้วผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสำคัญที่สุด ซึ่งการตอบสนองของผู้ใช้บริการ (Buyer's Response) ในการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการอนุมัติและรับสินค้าที่มีความสะดวกใกล้เคียงเงินสดมากที่สุดและสินเชื่อผ่อนชำระเป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคคิดว่าตอบสนองความต้องการได้หากมีระยะเวลาอนุมัติที่รวดเร็ว อันดับที่ 2 ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อ ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะผ่อนสินเชื่อตามการประมาณการค่าวงจที่เหมาะสมกับรายจ่ายของตนในแต่ละเดือน เพื่อที่จะสามารถวางแผนการใช้เงินของตนเองได้ ระยะเวลาในการผ่อนจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับรองลงมา

ประเด็นศึกษาที่ 8 : โปรโมชันพิเศษประเภทใดที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ โปรโมชันอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0% จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 อันดับที่ 2 คือ โปรโมชันการลดอัตราดอกเบี้ยปกติในสินค้าแต่ละชนิด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 อันดับที่ 3 คือ โปรโมชันให้ของกำนัลต่างๆ เช่น กระเป๋า ปากกา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อันดับที่ 4 คือ โปรโมชันการผ่อนสินค้าพร้อมกันได้ส่วนลดค่าสินค้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25

จากการตอบแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่าเป็นการเปรียบเทียบการทำโปรโมชันที่ไม่มีปัจจัยเรื่องวงเงิน และระยะเวลาการผ่อนเข้ามาช่วยพบว่า โปรโมชันการผ่อนสินค้าด้วยดอกเบี้ย 0 % ก็ยังเป็นสิ่งที่น่าสนใจในอันดับแรกของลูกค้า ซึ่งหากเปรียบเทียบกับ การให้ของกำนัลซึ่งอาจไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและการลดดอกเบี้ยปกติลง ซึ่งยังคงต้องมีอัตราดอกเบี้ยอยู่บางส่วน ลูกค้ายังคงไม่ต้องการเสียดอกเบี้ยโดยให้ผู้ผลิตเป็นผู้รับภาระแทน โดยอัตราดอกเบี้ยจะเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ หรือความต้องการสินค้านั้นเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้กลยุทธ์ 0% จะช่วยให้สินค้ามียอดขายที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด