

## บทความวิจัย

# ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

อิสมาแอ สามะ

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้ายกเว้นธนาคารที่มาขอใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคลและได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อจากธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ทั้งหมดจำนวน 200 ราย โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าระหว่างเดือน มกราคม 2555-พฤษภาคม 2555 จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.50 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.50 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 74.00 สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 73.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.00 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 31.00

ผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับที่มากที่สุดกว่าด้านอื่น ๆ คือด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเรื่องระยะเวลาในการผ่อนชำระ รองลงมาคือด้านสถานที่ โดยเฉพาะเรื่องจำนวนสาขาที่ให้บริการ ส่วนด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงานกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยเฉพาะเรื่องพนักงานมีความสุภาพ และความเอาใจใส่กระตือรือร้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

## การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และค้นคว้า จากงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการร่างเป็นแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. จัดทำร่างแบบสอบถาม ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง ถ้ามี ข้อแก้ไข ดำเนินตามคำแนะนำ หลังจากนั้นดำเนินการจัดทำเป็นแบบสอบถาม
5. ตรวจสอบความเที่ยงตรงและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบใช้ (Try out) กับลูกค้า ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ 0.79

## สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน แสดงว่าเพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าเพศที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการ

โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน แสดงว่าอายุที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในทุก ๆ ด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ส่วนด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในทุก ๆ ด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เฉพาะด้านผลิตภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านราคา ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน สำหรับด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับที่มากที่สุดกว่าด้านอื่น ๆ คือด้านผลิตภัณฑ์ และเมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องระยะเวลาในการผ่อนชำระเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากกว่าประเด็นอื่นๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ

ครรชิต เท้าไม้สน(2547) ที่ศึกษาเรื่องการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน กรณีศึกษาธนาคารออมสินสาขาภาพสินธุ์ รองลงมาคือเรื่องชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรสา กิตยากุล (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ฝ่ายสินเชื่อบุคคลทั่วไป ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่วนเรื่องความมีชื่อเสียงของธนาคารนั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ด้านราคา โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจมาใช้บริการที่ธนาคาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จอมพล ภัยลี(2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดปริมาณสินเชื่อของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) เปรียบเทียบกับระบบธนาคารพาณิชย์ รองลงมาคือเรื่องอัตราค่าปรับจากการ ผ่อนชำระหนี้ล่าช้า ส่วนเรื่องค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นั้นสำคัญน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ด้านสถานที่ โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนสาขาที่ให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลด้านสถานที่อยู่ในระดับมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมาคือเรื่องสถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องของขวัญหรือของรางวัลที่แจกเมื่อวันยื่นขอสินเชื่อ รองลงมาคือเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนเรื่องโปรโมชั่นพิเศษต่าง ๆ นั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดอยู่ในระดับมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมาคือเรื่องความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องมีบริการต่างๆ ไว้บริการ เช่น เครื่องดื่ม ห้องน้ำ อยู่ในระดับมากกว่าประเด็นอื่นๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ แตกต่างกับสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัชรี มีศิริ (2544)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการ

โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน ในทุก ๆ ด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก สถานภาพสมรสต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน ในทุก ๆ ด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านราคา ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

## ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารต้องคำนึงถึงชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ที่ธนาคารนำมาเสนอบริการให้กับประชาชน โดยเฉพาะระยะเวลาในการผ่อนชำระและวงเงินที่ได้รับอนุมัติต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

2. ด้านราคา อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้ารวมถึงอัตราดอกเบี้ย อัตราค่าปรับจากการผ่อนชำระหนี้ล่าช้าต้องมีระดับที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น ๆ หรืออย่างน้อยต้องไม่แพงกว่า

3. ด้านสถานที่ ธนาคารต้องมีจำนวนสาขาที่ให้บริการอย่างเพียงพอ ความสะดวกในการเดินทาง วิธีการหรือช่องทางในการชำระเงินต้องเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของธนาคาร

4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ธนาคารต้องมีกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การบริหารและการประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือการเข้ารับบริการจากการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้

ลูกค้าของธนาคารเกิดการรับรู้และสนใจเกี่ยวกับธนาคารและผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตลอดจนความต้องการ ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร

5. ด้านกระบวนการและการให้บริการของพนักงาน ธนาคารต้องกำหนดขั้นตอนการทำงานของพนักงานในแต่ละขั้นตอนเกี่ยวข้องกับการกำหนดรูปแบบการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ เช่น การให้บริการสะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนการทำงานชัดเจน ง่ายต่อการปฏิบัติ

6. ด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ธนาคารต้องมีสถานที่สำหรับบริการที่พักลูกค้า ขณะรอรับบริการมีความสะอาดนอกจากนั้นต้องคำนึงถึงความสะดวกเรียบร้อยของการจัดสำนักงาน

#### **ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป**

1. การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ควรศึกษาเปรียบเทียบกับธนาคารอื่นๆ เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการทำงานของธนาคารต่อไป

2. เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดกรอบแนวคิดโดยใช้ตัวแปรตามเพียง 6 ตัวแปร ควรมีการวิเคราะห์เรื่องอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารแห่งอื่นเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการแก้ไขการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป