

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ หนึ่งเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และสองเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะ ของลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในเชิงวิชาการ การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำโดยออกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 3 สาขา คือ สาขาเชียงใหม่ สาขานนไฮเวย์-เชียงใหม่ และสาขาย่อยที่อปสโรบินสัน จำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ผลการศึกษา นำเสนอเป็น 2 ส่วนดังนี้

4.1 ข้อมูลโดยทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ข้อมูลโดยรวมของวงเงินสินเชื่อให้กู้ยืมส่วนบุคคลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับลักษณะและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเงินให้กู้ยืมส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม ดังปรากฏตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลโดยรวมจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
10,000 – 200,000	89	44.50
200,001 – 340,000	68	34.00
340,001 – 1,000,000	43	21.50
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 เพศของลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ประเภทลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยเป็นเพศชาย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเป็นเพศหญิง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงเพศของลูกค้า

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	131	65.50
หญิง	69	34.50
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 อายุของลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ประเภทลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้ามีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

รองลงมาคือ ช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอายุมากกว่า 40 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงอายุของลูกค้า

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	69	34.50
31 – 40 ปี	95	47.50
มากกว่า 40 ปี	36	18.00
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 สถานะภาพการสมรสของลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ประเภทลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีสถานะภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 61.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีสถานะภาพ สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 28.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตาม ตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงสถานะภาพการสมรสของลูกค้า

สถานะภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	122	61.00
สมรส	56	28.00
เคยสมรส	22	11.00
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 ระดับการศึกษาของลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคาร

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ประเภทลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมามีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับการศึกษาของลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคาร

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	26.00
ปริญญาตรี	108	54.00
สูงกว่าปริญญาตรี	40	20.00
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.6 อาชีพของลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ประเภทลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท คิดเป็นร้อยละ 41.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมามีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการและอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงอาชีพของลูกค้า

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	49	24.5
พนักงานบริษัท	83	41.50
เจ้าของกิจการ และอื่น ๆ	68	34.00
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลประเภท ลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคาร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000	66	33.00
20,000 – 30,000	73	36.50
มากกว่า 30,000	61	30.50
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.8 วงเงินที่มีการขอยืมกู้ของลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่าส่วนใหญ่ เป็นวงเงินกู้ที่ลูกค้าขอยืมกู้จำนวนน้อยกว่า 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 ของ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาเป็นวงเงินที่ลูกค้าขอยื่นกู้ มากกว่า 700,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงวงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้า

วงเงินที่มีการขอยื่นกู้ (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 300,000	112	56.00
300,000 – 700,000	41	20.50
มากกว่า 700,000	47	23.50
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.9 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากทางธนาคาร

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้า ส่วนใหญ่ได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากทางธนาคารระหว่างร้อยละ 15.00 – 17.75 ประมาณร้อยละ 77.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ลูกค้าได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากทางธนาคารในอัตราตั้งแต่ร้อยละ 18.00 เป็นต้นไป ประมาณร้อยละ 23.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากทางธนาคาร

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้รับจากทางธนาคาร (%)	จำนวน	ร้อยละ
15.00 – 17.75	154	77.00
18.00 เป็นต้นไป	46	23.00
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.10 ระยะเวลาในการผ่อนชำระค้ำของลูกค้ำ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ประเภท ลูกค้ำสินเชื่อธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มีความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระค้ำระหว่าง 36 – 48 เดือน คิดเป็น ร้อยละ 44.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาลูกค้ำ มีความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระค้ำ ระหว่าง 12 – 24 เดือน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงระยะเวลาในการผ่อนชำระค้ำของลูกค้ำ

ระยะเวลาในการผ่อนชำระค้ำ (เดือน)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 12 เดือน	16	8.00
12 – 24 เดือน	70	35.00
36 – 48 เดือน	88	44.00
มากกว่า 60 เดือน	26	13.00
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.11 ประวัติการใช้บริการในด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารของลูกค้ำ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ำ เห็นว่าการที่มีประวัติการใช้บริการในด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร เป็นต้นว่ามีบัญชีเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 86.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และลูกค้ำ อีกส่วนหนึ่งเห็นว่า การที่มีประวัติการใช้บริการในด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร เป็นต้นว่า มีบัญชีเงินฝากกับทางธนาคาร ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 13.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงประวัติการใช้บริการในด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารของลูกค้า

ประวัติการใช้บริการในด้านต่างๆ กับทางธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
มีผล	173	86.50
ไม่มีผล	27	13.50
รวม	200	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลต่อวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ผลการทดสอบ และวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้าสินเชื่อ ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ นั้นจะทำการทดสอบ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เป็นต้น หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาทำการทดสอบและวิเคราะห์โดยใช้วิธีไค-สแควร์ (Chi-square Test : X^2) ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

4.2.1 เพศของลูกค้าจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชายใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา เป็นเพศชายใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุด เป็นเพศหญิงที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงเพศของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	เพศ			χ^2 df = 2 (Sig.)
		ชาย	หญิง	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	68	21	89	0.513 (0.840)
	ร้อยละ	34.00	10.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	39	29	68	
	ร้อยละ	19.50	14.50	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	24	19	43	
	ร้อยละ	12.00	9.50	21.50	
รวม	จำนวน	131	69	200	
	ร้อยละ	65.50	34.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้
ดังต่อไปนี้

H_0 : เพศ *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : เพศ *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.513 เมื่อเปรียบเทียบกับ
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.840 มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือจะยอมรับ
สมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ
 H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลและเพศ *ไม่มี* ความสัมพันธ์ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 %
หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.2 อายุของลูกค้าจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างอายุกับวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุด เป็น ช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี ที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในแต่ละประเภท ดังปรากฏตามตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงอายุของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	อายุ (ปี)				χ^2 df = 4 (Sig.)
		น้อยกว่า 30	31 - 40	มากกว่า 40	รวม	
10,000 – 200,000	จำนวน	35	42	12	89	6.272 (0.192)
	ร้อยละ	17.50	21.00	6.00	44.50	
200,001 – 340,000	จำนวน	24	34	10	68	
	ร้อยละ	12.00	17.00	5.00	34.00	
340,001 – 1,000,000	จำนวน	10	19	14	43	
	ร้อยละ	5.00	9.50	7.00	21.50	
รวม	จำนวน	69	95	36	200	
	ร้อยละ	34.50	47.50	18.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้
ดังต่อไปนี้

H_0 : อายุ *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : อายุ **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านักต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่าค่า X^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.272 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.192 มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือจะยอมรับสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้านักต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลและอายุ **ไม่มี** ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.3 สถานะภาพการสมรสของลูกค้านักที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกวงเงินที่กู้ยืม

ผลการจากการเปรียบเทียบระหว่างสถานะภาพการสมรสกับวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้านักกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีสถานะภาพโสด ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีสถานะภาพ โสด และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุด มีสถานะภาพเคยสมรสแล้ว ซึ่งใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในแต่ละสถานะภาพ ดังปรากฏตามตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงสถานะภาพการสมรสของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	สถานะภาพการสมรส				χ^2 df = 4 (Sig.)
		โสด	สมรส	เคยสมรส	รวม	
10,000 – 200,000	จำนวน	65	16	8	89	2.967 (0.753)
	ร้อยละ	32.50	8.00	4.00	44.50	
200,001 – 340,000	จำนวน	38	24	6	68	
	ร้อยละ	19.00	12.00	3.00	34.00	
340,001 – 1,000,000	จำนวน	19	16	8	43	
	ร้อยละ	9.50	8.00	4.00	21.50	
รวม	จำนวน	122	56	22	200	
	ร้อยละ	61.00	28.00	11.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะ สามารถกำหนดสมมติฐานได้
ดังต่อไปนี้

H_0 : สถานะภาพการสมรส **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : สถานะภาพการสมรส **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.967 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.753 มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือจะยอมรับ
สมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ
 H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและสถานะภาพการสมรส *ไม่มี* ความสัมพันธ์กัน ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.4 ระดับการศึกษาของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษากับวงเงินที่กู้ยืม **ส่วนใหญ่** มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด **รองลงมา** มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในแต่ละระดับการศึกษา ดังปรากฏตามตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงระดับการศึกษาของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	ระดับการศึกษา				χ^2 df = 4 (Sig.)
		ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรี	สูงกว่า ป.ตรี	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	27	56	6	89	6.548 (0.624)
	ร้อยละ	13.50	28.00	3.00	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	12	33	23	68	
	ร้อยละ	6.00	16.50	11.50	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	13	19	11	43	
	ร้อยละ	6.50	9.50	5.50	21.50	
รวม	จำนวน	52	108	40	200	
	ร้อยละ	26.00	54.00	20.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ระดับการศึกษา **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : ระดับการศึกษา **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.548 เมื่อเปรียบเทียบกับ Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.624 มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือจะยอมรับสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและระดับการศึกษา **ไม่มี** ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.5 อาชีพของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการและอื่นๆ และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 200,001–340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุด มีอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

นอกจากนี้ อาชีพอื่น ๆ จำนวน 13 คน ที่ค้นพบจากการสำรวจ ประกอบด้วย

- อาชีพอิสระที่มีวิชาชีพ
(นักบัญชี หนายความ ฯลฯ) จำนวน 6 คน
- อาชีพอิสระที่ต้องมีใบอนุญาต
(ผู้แทนประกันชีวิต มัคคุเทศก์ ฯลฯ) จำนวน 4 คน
- อาชีพ อิสระด้านศิลปิน
(นักร้อง นักดนตรี นักประพันธ์ ฯลฯ) จำนวน 3 คน

ดังปรากฏตามตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงอาชีพของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	อาชีพ				χ^2 df = 4 (Sig.)
		ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	เจ้าของกิจการ และอื่น ๆ	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	25	49	14	88	6.175 (0.046)
	ร้อยละ	12.50	24.50	7.00	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	16	20	33	69	
	ร้อยละ	8.00	10.00	16.50	34.50	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	8	14	21	43	
	ร้อยละ	4.00	7.00	10.50	21.50	
รวม	จำนวน	49	83	68	200	
	ร้อยละ	24.50	41.50	34.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจกับการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้
ดังต่อไปนี้

H_0 : อาชีพ *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
วงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : อาชีพ *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
วงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.175 เมื่อเปรียบเทียบค่า
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.046 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธ
สมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การ
สรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้ำต่อการตัดสินใจเลือกใช้

บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและอาชีพของลูกค้า **มี** ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างพบว่า **ส่วนใหญ่** มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท ซึ่งใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 340,000 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แต่ที่น่าสังเกตอีกประการ คือ ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีปริมาณการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินในระดับกลางและระดับสูง กล่าวคือ ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00 และใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในแต่ละประเภท ดังปรากฏตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				χ^2 df = 4 (Sig.)
		น้อยกว่า 20,000	20,000 - 30,000	มากกว่า 30,000	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	42	38	8	88	7.138 (0.029)
	ร้อยละ	21.00	19.00	4.00	44.00	
200,001 - 340,000	จำนวน	19	24	26	69	
	ร้อยละ	9.50	12.00	13.00	34.50	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	5	11	27	43	
	ร้อยละ	2.50	5.50	13.50	21.50	
รวม	จำนวน	66	73	61	200	
	ร้อยละ	33.00	36.50	30.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้
ดังต่อไปนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.138 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.029 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธ
สมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การ
สรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้า มี ความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.7 วงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างวงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้ากับวงเงินที่กู้ยืมพบว่า ส่วนใหญ่ ลูกค้าขอยื่นกู้ในวงเงิน จำนวนน้อยกว่า 300,000 บาท และเป็นวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 34.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ลูกค้าขอยื่นกู้ในวงเงินจำนวนน้อยกว่า 300,000 บาท เป็นวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 200,000 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงวงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล. จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	วงเงินที่ลูกค้ายื่นกู้ (บาท)				χ^2 df = 4 (Sig.)
		น้อยกว่า 300,000	300,000 - 700,000	มากกว่า 700,000	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	69	13	7	89	9.104 (0.038)
	ร้อยละ	34.50	6.50	3.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	33	24	11	68	
	ร้อยละ	16.50	12.00	5.50	34.00	
340,001 – 1,000,000	จำนวน	0	14	29	43	
	ร้อยละ	0.00	7.00	14.50	21.50	
รวม	จำนวน	112	41	47	200	
	ร้อยละ	56.00	20.50	23.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : วงเงินที่ลูกค้ามีการยื่นกู้ *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : วงเงินที่ลูกค้ามีการยื่นกู้ *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.749 และเมื่อเปรียบเทียบกับ Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.038 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั้นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและวงเงินที่ลูกค้ามีการยื่นกู้ *มี* ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.8 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากธนาคารกับตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากธนาคารกับวงเงินที่กู้ยืม ส่วนใหญ่ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระหว่างร้อยละ 15.00 – 17.75 และเป็นวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระหว่างร้อยละ 15.00 – 17.75 และเป็นวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการอัตราดอกเบี้ยเงินกู้น้อยที่สุดคือ อัตราดอกเบี้ยตั้งแต่ร้อยละ 18.00 เป็นต้นไป ซึ่งวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากธนาคาร (%)			χ^2 df = 4 (Sig.)
		15.00 - 17.75	18.00 เป็นต้นไป	รวม	
10,000 – 200,000	จำนวน	67	22	89	12.897 (0.019)
	ร้อยละ	33.50	11.00	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	49	19	68	
	ร้อยละ	24.50	9.50	34.00	
340,001 – 1,000,000	จำนวน	38	5	43	
	ร้อยละ	19.00	2.50	21.50	
รวม	จำนวน	154	46	200	
	ร้อยละ	77.00	23.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐาน
ได้ดังต่อไปนี้

H_0 : อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากธนาคาร **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
ของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้รับจากธนาคาร **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของ
ลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.897 เมื่อเปรียบเทียบค่า
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
แสดงให้เห็นว่า ค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.019 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธ
สมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การ
สรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลูกค้าได้รับจากธนาคาร **มี** ความสัมพันธ์
กันทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.9 ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้ำกับตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ำ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้ำกับวงเงินที่กู้ยืม พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ลูกค้ำมีความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนระหว่าง 36 – 48 เดือน โดยเป็นวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ลูกค้ำมีความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนระหว่าง 12 – 24 เดือน โดยเป็นวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนน้อยที่สุดคือ ลูกค้ำมีความต้องการระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนน้อยกว่า 12 เดือน ซึ่งใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงิน ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท และระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน (เดือน)					χ^2 df = 6 (Sig.)
		น้อยกว่า 12 เดือน	12 - 24	36 - 48	มากกว่า 60 เดือน	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	6	33	40	10	89	9.108 (0.044)
	ร้อยละ	3.00	16.50	20.00	5.00	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	5	23	33	7	68	
	ร้อยละ	2.50	11.50	16.50	3.50	34.00	
340,001 – 1,000,000	จำนวน	5	14	15	9	43	
	ร้อยละ	2.50	7.00	7.50	4.50	21.50	
รวม	จำนวน	16	70	88	26	200	
	ร้อยละ	8.00	35.00	44.00	13.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืน *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.108 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.044 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้า *มี* ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.10 ประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารกับวงเงินที่กู้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างพบว่า **ส่วนใหญ่** ลูกค้ามีประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารและใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.00 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมา ลูกค้ามีประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารและใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลวงเงินระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แม้ว่า วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ากู้ยืมระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท จะมีจำนวนน้อยที่สุดของลูกค้าที่มีประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับธนาคาร แต่ก็ยังมีจำนวนถึงร้อยละ 18.50 จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นี้ทุกรายจะมีประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารทั้งสิ้น ดังปรากฏตามตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินเชื่อ ส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	ประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	76	13	89	13.844 (0.011)
	ร้อยละ	38.00	6.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	60	8	68	
	ร้อยละ	30.00	4.00	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	37	6	43	
	ร้อยละ	18.50	3.00	21.50	
รวม	จำนวน	173	27	200	
	ร้อยละ	86.50	13.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ประวัติการใช้บริการด้าน ๆ กับทางธนาคาร *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : ประวัติการใช้บริการด้าน ๆ กับทางธนาคาร *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.844 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.011 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและประวัติการใช้บริการด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร *มี* ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.11 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ำ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ำ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ ลูกค้ำเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 80.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ รองลงมา คือวงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ำกู้ยืม ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แม้ว่า วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ำกู้ยืม ระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท จะมีจำนวนน้อยที่สุด แต่คิดเป็นร้อยละ 18.50 จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างนี้ให้ความสนใจในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนดด้วยกันทั้งสิ้น จึงมีความเป็นไปได้สูงว่าในกรณีที่ลูกค้ำมีความต้องการกู้ยืมเงินในวงเงินที่สูงมากขึ้น ลูกค้ำจะต้องพิจารณาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนดก่อนยื่นขอกู้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงภัยจากการไม่สามารถผ่อนชำระหนี้ คืนและการเป็นภาระผูกพันในอนาคตของลูกค้ำในฐานะผู้กู้อีกด้วย ดังปรากฏตามตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	66	23	89	12.736 (0.020)
	ร้อยละ	33.00	11.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	58	10	68	
	ร้อยละ	29.00	5.00	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	37	6	43	
	ร้อยละ	18.50	3.00	21.50	
รวม	จำนวน	161	39	200	
	ร้อยละ	80.50	19.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า X^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.736 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.020 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด *มี* ความสัมพันธ์กัน ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.12 ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร กับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า **ส่วนใหญ่** ลูกค้าเห็นว่าความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 64.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ รองลงมา คือ วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ากู้ยืม ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในทางกลับกันลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ประมาณร้อยละ 36.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดก็ยังเห็นว่าความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ดังปรากฏตามตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	70	19	89	9.276 (0.041)
	ร้อยละ	35.00	9.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	35	33	68	
	ร้อยละ	17.50	16.50	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	23	20	43	
	ร้อยละ	11.50	10.00	21.50	
รวม	จำนวน	128	72	200	
	ร้อยละ	64.00	36.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.276 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.041 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร *มี* ความสัมพันธ์กัน ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.13 เจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ำ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างเจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคารของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ ลูกค้ำเห็นว่าเจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 75.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ รองลงมา คือวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะเดียวกันกับที่ลูกค้ำร้อยละ 10.50 มีวงเงินสินเชื่อที่ กู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท ต่างมีความเห็นว่า เจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคารไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการขอใช้บริการวงเงินสินเชื่อให้กู้ยืมส่วนบุคคล ดังปรากฏตามตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงเจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อธนาคารของลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อส่วนบุคคลจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	เจื่อนใจในการยื่นเรื่องขอกู้ยืม			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	68	21	89	10.387 (0.033)
	ร้อยละ	34.00	10.50	44.50	
200,001 – 340,000	จำนวน	50	18	68	
	ร้อยละ	25.00	9.00	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	33	10	43	
	ร้อยละ	16.50	5.00	21.50	
รวม	จำนวน	151	49	200	
	ร้อยละ	75.50	24.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : เงื่อนไขในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคาร **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : เงื่อนไขในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคาร **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.387 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.033 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและเงื่อนไขในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมต่อทางธนาคาร **มี** ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.14 การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้านักการจำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า **ส่วนใหญ่** ลูกค้าเห็นว่าการไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืมจากธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลคิดเป็นร้อยละ 89.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่ปีนวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ รองลงมา คือ วงเงินสินเชื่อที่กู้ยืม ระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 340,001 – 1,000,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด ก็ยังคิดเป็นร้อยละ 19.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่มีลูกค้าเพียงร้อยละ 10.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่มีความเห็นว่า การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืมไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ดังปรากฏตามตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงการไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้านักวิชาการ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม			χ^2 df = 2
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	(Sig.)
10,000 - 200,000	จำนวน	80	9	89	20.281 (0.009)
	ร้อยละ	40.00	4.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	61	7	68	
	ร้อยละ	30.50	3.50	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	38	5	43	
	ร้อยละ	19.00	2.50	21.50	
รวม	จำนวน	179	21	200	
	ร้อยละ	89.50	10.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านักวิชาการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านักวิชาการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 20.281 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้เกณฑ์สำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.009 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและการไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม *มี* ความสัมพันธ์กัน ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

14.2.15 การออกให้บริการนอกสถานที่กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ำ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการออกให้บริการนอกสถานที่กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ ลูกค้ำเห็นว่าการออกให้บริการนอกสถานที่ของธนาคารไม่มีผลต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 68.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ำกู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ รองลงมา คือ วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ำกู้ยืมระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่เดียวกันลูกค้ำร้อยละ 14.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่มีวงเงินสินเชื่อที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท ต่างมีความเห็นว่า การออกให้บริการนอกสถานที่ของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจในการขวงเงินสินเชื่อให้กู้ยืมส่วนบุคคล จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าลูกค้ำส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงสถานที่ในการยื่นเรื่องขอกู้ต่อธนาคาร ดังปรากฏตามตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงการออกให้บริการนอกสถานที่กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ำ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	การออกให้บริการนอกสถานที่ของธนาคาร			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 – 200,000	จำนวน	29	60	89	7.016 (0.237)
	ร้อยละ	14.50	30.00	44.50	
200,001 – 340,000	จำนวน	22	46	68	
	ร้อยละ	11.00	23.00	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	13	30	43	
	ร้อยละ	6.50	15.00	21.50	
รวม	จำนวน	64	136	200	
	ร้อยละ	32.00	68.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : การออกให้บริการนอกสถานที่ **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : การออกให้บริการนอกสถานที่ **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.016 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.237 มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือจะยอมรับสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและการออกให้บริการนอกสถานที่ **ไม่มี** ความสัมพันธ์กัน ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

14.2.16 การที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า **ส่วนใหญ่** ลูกค้าเห็นว่าการที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้ นั้น **ไม่มี**ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 60.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ากู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ **รองลงมา** คือ วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ากู้ยืมระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อย่างไรก็ตามลูกค้าบางส่วนประมาณ ร้อยละ 40.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ยังเห็นว่าการที่ธนาคารมีสาขาในการให้บริการมากจะช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำธุรกรรมกับธนาคาร ได้มากด้วยเช่นกัน ดังปรากฏตามตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงการที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	การที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการ			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	34	55	89	4.987 (0.516)
	ร้อยละ	17.00	27.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	29	39	68	
	ร้อยละ	14.50	19.50	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	17	26	43	
	ร้อยละ	8.50	13.00	21.50	
รวม	จำนวน	80	120	200	
	ร้อยละ	40.00	60.00	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : การที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้สะดวกในการชำระเงินกู้ *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : การที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้สะดวกในการชำระเงินกู้ *มี* ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล
จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.987 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.516 มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือจะยอมรับสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและการที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิด

ความสะดวกในการชำระเงินกู้ *ไม่มี* ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2.17 การให้บริการของพนักงานธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการให้บริการของพนักงานธนาคาร กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวงเงินที่ลูกค้ากู้ยืม พบว่า ส่วนใหญ่ ลูกค้าเห็นว่า การให้บริการของพนักงานธนาคาร มีผลต่อการตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 65.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยที่วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้ากู้ยืม ระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท มีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ รองลงมา คือ วงเงินสินเชื่อ ที่ลูกค้า กู้ยืมระหว่าง 200,001 – 340,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะเดียวกันกับที่ลูกค้าร้อยละ 18.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งมีวงเงินที่กู้ยืมระหว่าง 10,000 – 200,000 บาท ดังปรากฏตามตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงการให้บริการของพนักงานธนาคารกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

วงเงินที่กู้ยืม (บาท)	ข้อมูล	การให้บริการของพนักงาน			χ^2 df = 2 (Sig.)
		มีผล	ไม่มีผล	รวม	
10,000 - 200,000	จำนวน	52	37	89	9.045 (0.047)
	ร้อยละ	26.00	18.50	44.50	
200,001 - 340,000	จำนวน	46	22	68	
	ร้อยละ	23.00	11.00	34.00	
340,001 - 1,000,000	จำนวน	33	10	43	
	ร้อยละ	16.50	5.00	21.50	
รวม	จำนวน	131	69	200	
	ร้อยละ	65.50	34.50	100.00	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : การให้บริการของพนักงานธนาคาร **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

H_1 : การให้บริการของพนักงานธนาคาร **มี** ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.045 เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.047 มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 การสรุปผลเป็นไปตามข้อสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ แสดงว่า พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลและการให้บริการของพนักงานธนาคาร **มี** ความสัมพันธ์กันทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่ **มีความสัมพันธ์** ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ทั้งหมดรวม 11 ปัจจัย ประกอบด้วย อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าที่ได้รับจากธนาคาร วงเงินที่มีการยื่นขอกู้กับทางธนาคารของลูกค้า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้า ประวัติการใช้บริการในด้านต่าง ๆ กับทางธนาคาร ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร เสนอใจในการยื่นเรื่องขอกู้ต่อธนาคาร การที่ไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม และการให้บริการของพนักงานธนาคาร โดยค่าที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติทั้ง 11 ปัจจัยนี้ เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หากค่าคำนวณที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.050 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังปรากฏตามตารางที่ 4.29

สำหรับปัจจัยที่ **ไม่มีความสัมพันธ์** ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ทั้งหมดรวม 6 ปัจจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพการสมรส ระดับการศึกษา การออกให้บริการนอกสถานที่ และการที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้ โดยค่าที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติทั้ง 6 ปัจจัยนี้ เมื่อเปรียบเทียบค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หาก

ค่าคำนวณที่ได้มีค่ามากกว่า 0.050 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังปรากฏตามตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.29 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ มีความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร ฯ

ปัจจัยที่ <u>มีความสัมพันธ์</u> ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ฯ	ค่าไค – สแควร์ : X^2 ที่คำนวณได้	ค่า Significance
1. อาชีพ	6.175	0.046
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	7.138	0.029
3. วงเงินที่มีการยื่นกู้ของลูกค้า	8.749	0.038
4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้รับจากธนาคาร ฯ	12.897	0.019
5. ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนของลูกค้า	9.108	0.044
6. ประสิทธิภาพใช้บริการในด้านต่าง ๆ	13.844	0.011
7. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ธนาคารกำหนด	12.736	0.020
8. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ฯ	9.276	0.041
9. เงื่อนไขในการยื่นเรื่องขอกู้ยืม ฯ	10.387	0.033
10. การไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม	20.281	0.009
11. การให้บริการของพนักงานธนาคาร ฯ	9.045	0.047

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ค่าที่คำนวณได้ตกอยู่ในขอบเขตวิกฤต ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน H_0

ดังนั้นสรุปผลจะเป็นไปตามสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.30 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ ไม่มีความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร ฯ

ปัจจัยที่ <u>ไม่มีความสัมพันธ์</u> ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ฯ	ค่าไค – สแควร์ : χ^2 ที่คำนวณได้	ค่า Significance
1. เพศ	0.513	0.840
2. อายุ	6.272	0.192
3. สถานะภาพการสมรส	2.967	0.753
4. ระดับการศึกษา	6.548	0.624
5. การออกให้บริการนอกสถานที่	7.016	0.237
6. การที่ธนาคารมีหลายสาขาในการให้บริการทำให้เกิดความสะดวกในการชำระเงินกู้	4.987	0.516

ที่มา : จาการคำนวณ

หมายเหตุ ฃ ระดับความเชื่อมั่น 95%หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
ค่าที่คำนวณได้ตกอยู่นอกขอบเขตวิกฤต ซึ่งยอมรับสมมุติฐาน H_0
ดังนั้นสรุปผลจะเป็นไปตามสมมุติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้

4.3 ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อ ธนาคาร เอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อ ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังนี้
กรณีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อเรื่องต่างๆ ในการนี้ได้มีการกำหนดให้ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นในลักษณะของตัวเลขแสดงถึงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ (ความพึงพอใจ) ซึ่งมีการกำหนดให้มีความสำคัญดังนี้

ค่าของตัวเลข	1	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
ค่าของตัวเลข	2	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
ค่าของตัวเลข	3	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย

เมื่อนำตัวเลขที่ได้มาประมวล สามารถอธิบายผลของระดับความพึงพอใจจากปัจจัยต่าง ๆ ได้จากค่าเฉลี่ยของความสำคัญ ออกเป็นความพึงพอใจในลักษณะ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ระดับความพึงพอใจ
น้อยกว่า 1.5	มาก
1.501 – 2.500	ปานกลาง
มากกว่า 2.500	น้อย

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้มีการกำหนดไว้ รวม 6 ปัจจัย ปรากฏผลดังปรากฏตามตารางที่ 4.31 กล่าวคือ

- 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มาก มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านบุคลากร แต่ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลมากกว่าปัจจัยด้านบุคลากร
- 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ปานกลาง มี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ
- 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ น้อย มีเพียง 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อจำแนกตามวงเงินพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการวงเงินให้กู้ยืม 10,000 – 200,000 บาท มีความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบุคลากร และปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ลูกค้าที่ใช้บริการวงเงินให้กู้ยืม 200,001 – 340,000 บาท เห็นว่าให้ความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคา และปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสถานที่ ตามลำดับ ลูกค้าที่ใช้บริการวงเงินให้กู้ยืม 340,001 –

100,000,000 บาท มีความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบุคลากร และปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสถานที่ ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากความพึงพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับวงเงินให้กู้ยืมทั้ง 3 ระดับพบว่า ทุกระดับ มีแนวโน้มของระดับความพึงพอใจที่มีทิศทางไปแนวทางเดียวกันกับระดับความพึงพอใจรวมเฉลี่ยดังที่กล่าวมาแล้ว ข้อมแสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความเห็นต่อความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังเห็นความสำคัญของความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่น ดังปรากฏตามตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)												ค่าเฉลี่ยรวม
	10,000 - 200,000				200,001 - 340,000				340,001 - 1,000,000				
	1	2	3	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	ค่าเฉลี่ย	
ด้านผลิตภัณฑ์	5	11	7	2.087	8	9	10	2.074	4	6	7	2.176	2.104
ด้านราคา	37	7	2	1.239	20	7	2	1.379	15	7	1	1.391	1.316
ด้านสถานที่	7	9	8	2.042	8	10	8	2.000	5	5	7	2.118	2.045
ด้านส่งเสริมการตลาด	2	37	61	2.590	2	30	37	2.507	1	13	17	2.516	2.550
ด้านบุคลากร	29	9	3	1.366	25	7	3	1.371	14	6	2	1.455	1.388
ด้านกระบวนการให้บริการ	9	16	8	1.970	5	5	8	2.167	4	6	9	2.263	2.100

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

สำหรับผลการศึกษาคความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาแต่ละปัจจัย ปรากฏผลของการศึกษา ดังนี้

1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การที่ธนาคาร ฯ ไม่ต้องใช้ หลักประกัน ในการกู้ยืม มีผลต่อความพึงพอใจ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลคิดเป็นร้อยละ 82.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ปัจจัยรองลงมา ประมาณร้อยละ 9.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าจำนวนเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสม และประมาณร้อยละ 8.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ดังปรากฏตามตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ข้อมูล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)			รวม
		10,000 - 200,000	200,001 - 340,000	340,001 - 1,000,000	
ไม่ต้องใช้หลักประกันในการกู้ยืม	จำนวน	75	57	33	165
	ร้อยละ	37.50	28.50	16.50	82.50
จำนวนเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสม	จำนวน	8	6	5	19
	ร้อยละ	4.00	3.00	2.50	9.50
ธนาคาร มีความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก	จำนวน	6	5	5	16
	ร้อยละ	3.00	2.50	2.50	8.00
รวม	จำนวน	89	68	43	200
	ร้อยละ	44.50	34.00	21.50	100.00

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคาของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การที่ธนาคารมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมที่เหมาะสม เป็นประเด็นที่มีความสำคัญ

มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ค่านานเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 43.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเห็นว่าการกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่เหมาะสมมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านราคาของลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยด้านราคา	ข้อมูล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)			รวม
		10,000 - 200,000	200,001 - 340,000	340,001 - 1,000,000	
มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมที่เหมาะสม	จำนวน	44	30	19	93
	ร้อยละ	22.00	15.00	9.50	46.50
มีการกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่เหมาะสม	จำนวน	7	7	6	20
	ร้อยละ	3.50	3.50	3.00	10.00
ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ค่านานเหมาะสมดี	จำนวน	38	31	18	87
	ร้อยละ	19.00	15.50	9.00	43.50
รวม	จำนวน	89	68	43	200
	ร้อยละ	44.50	34.00	21.50	100.00

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสถานที่ของลูกค้ากับวงเงินที่กู้ยืม

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ที่มีต่อความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยด้านสถานที่ ผลการศึกษาจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ เป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ การที่ธนาคาร ฯ มีเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยไว้ให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น Telephone Banking ระบบ Electronic Banking ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 38.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และสถานที่ทั้งภายในและภายนอกอาคารตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม ลูกค้ามีความพึงพอใจ

ในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสถานที่ของลูกค้าส่วนบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยด้านสถานที่	ข้อมูล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)			รวม
		10,000 - 200,000	200,001 - 340,000	340,001 - 1,000,000	
ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ ใช้บริการ	จำนวน	47	37	23	107
	ร้อยละ	23.50	18.50	11.50	53.50
สถานที่ทั้งภายใน และภายนอกอาคาร ตกแต่งทันสมัย สะอาด และสวยงาม	จำนวน	6	6	5	17
	ร้อยละ	3.00	3.00	2.50	8.50
มีเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่ทันสมัยไว้ให้บริการลูกค้า	จำนวน	36	25	15	76
	ร้อยละ	18.00	12.50	7.50	38.00
รวม	จำนวน	89	68	43	200
	ร้อยละ	44.50	34.00	21.50	100.00

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดของลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าที่บริษัทจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร เป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ การที่ธนาคาร มีการให้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 31.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และการที่มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ มีจดหมายตรง และโทรศัพท์เชิญใช้บริการมีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 29.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง ดังปรากฏตามตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการตลาดของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับ
วงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ข้อมูล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)			รวม
		10,000 - 200,000	200,001 - 340,000	340,001 - 1,000,000	
มีการให้ข้อมูลข่าวสารและ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	จำนวน	28	23	12	63
	ร้อยละ	14.00	11.50	6.00	31.50
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำ มีจดหมายตรง และโทรศัพท์เชิญ	จำนวน	25	18	15	58
	ร้อยละ	12.50	9.00	7.50	29.00
ลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าที่บริษัทจ่าย เงินเดือนผ่านธนาคาร	จำนวน	36	27	16	79
	ร้อยละ	18.00	13.50	8.00	39.50
รวม	จำนวน	89	68	43	200
	ร้อยละ	44.50	34.00	21.50	100.00

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบุคลากรของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัย

ด้านบุคลากร ผลการศึกษาจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความ
คิดเห็นว่า การที่บุคลากรมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง เป็นประเด็นที่มีความสำคัญมาก
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ การที่บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ดี
พร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ บุคลิกดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาดีคิดเป็นร้อยละ 36.00 ของกลุ่ม
ตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ลูกค้ามีความคิดเห็นว่าความพึงพอใจในส่วนที่พนักงานธนาคารมีบุคลิกดี
แต่งกายเหมาะสม สะอาด คูดี น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏ
ตามตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบุคลากรของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับวงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ข้อมูล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)			รวม
		10,000 - 200,000	200,001 - 340,000	340,001 - 1,000,000	
พนักงานธนาคารมีบุคลิกดี แต่งกาย เหมาะสม สะอาด ดูดี	จำนวน	13	10	6	29
	ร้อยละ	6.50	5.00	3.00	14.50
มีมนุษยสัมพันธ์ดี พร้อมและเต็มใจ ที่จะให้บริการ บุคลิกดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	จำนวน	30	27	15	72
	ร้อยละ	15.00	13.50	7.50	36.00
มีทักษะ ประสิทธิภาพในการทำงาน แก้ไขปัญหาปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว	จำนวน	46	31	22	99
	ร้อยละ	23.00	15.50	11.00	49.50
รวม	จำนวน	89	68	43	200
	ร้อยละ	44.50	34.00	21.50	100.00

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

6) ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการของลูกค้าสินเชื่อบุคคลกับวงเงินที่
กู้ยืม

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ที่มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัย
ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการศึกษาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มี
ความคิดเห็นว่า การที่ธนาคารมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ เป็นประเด็นที่มี
ความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.50 ของกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ การที่ธนาคารมี
ความสะอาด รวดเร็ว ในการอนุมัติวงเงินสินเชื่อคิดเป็นร้อยละ 33.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
ทั้งนี้ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีความพึงพอใจน้อยที่สุดกับระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ในการ
ใช้บริการ ไม่ยุ่งยากคิดเป็นร้อยละ 18.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการของลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคลกับ
วงเงินที่กู้ยืม

ปัจจัยด้านการให้บริการ	ข้อมูล	วงเงินที่กู้ยืม (บาท)			รวม
		10,000 - 200,000	200,001 - 340,000	340,001 - 1,000,000	
มีความสะดวก รวดเร็ว ในการอนุมัติ วงเงินสินเชื่อ	จำนวน	29	20	17	66
	ร้อยละ	14.50	10.00	8.50	33.00
มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้	จำนวน	41	39	17	97
	ร้อยละ	20.50	19.50	8.50	48.50
ระเบียบขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ ไม่ยุ่งยาก	จำนวน	19	9	9	37
	ร้อยละ	9.50	4.50	4.50	18.50
รวม	จำนวน	89	68	43	200
	ร้อยละ	44.50	34.00	21.50	100.00

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

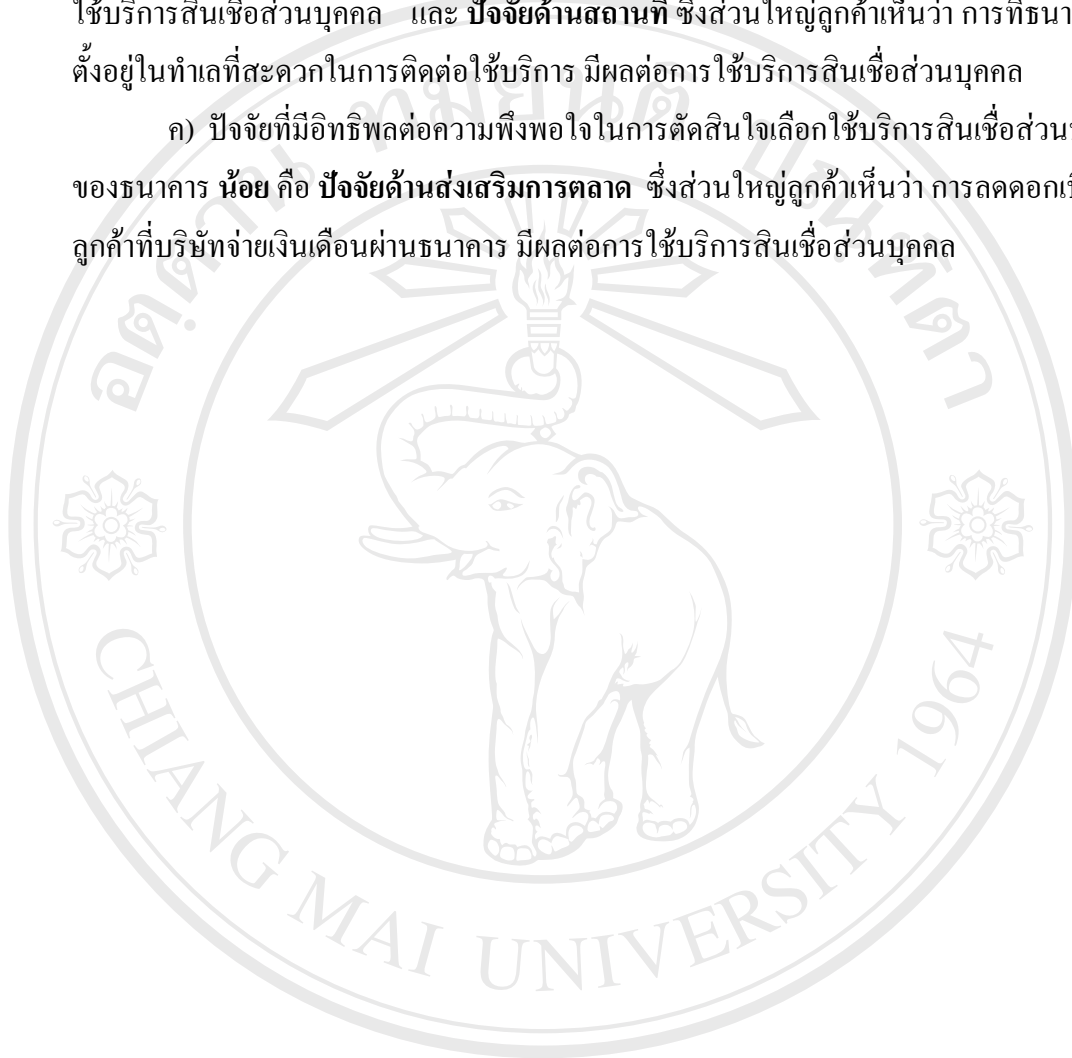
สรุป จากการศึกษาความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของ
ลูกค้าสินเชื่อ ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าที่ได้มีการกำหนดไว้ รวม 6 ปัจจัย ปรากฏผล
กล่าวคือ

ก) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
ของธนาคาร มาก คือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การกำหนดอัตราดอกเบี้ยในการ
กู้ยืมที่เหมาะสม มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล และ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งส่วนใหญ่
ลูกค้าเห็นว่า การที่บุคลากรมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ
หน้า และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
ส่วนบุคคล

ข) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล
ของธนาคาร ปานกลาง คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่ธนาคารไม่ต้องใช้

หลักประกันในการกู้ยืมมีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่ธนาคารฯ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล และ **ปัจจัยด้านสถานที่** ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การที่ธนาคารฯ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อใช้บริการ มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล

ก) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ของธนาคาร น้อย คือ **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าที่บริษัทจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved