

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย ผลการศึกษามีวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1) **เพศ** เมื่อพิจารณาเพศของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 285 ราย จากการศึกษาพบว่าเป็นเพศชาย จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.9 และเป็นเพศหญิง จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.1 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	125	43.9
หญิง	160	56.1
รวม	285	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

2) **อายุ** เมื่อพิจารณาอายุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 285 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุดจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.1 และอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9 ส่วนที่เหลือมีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21-30 ปี	71	24.9
31-40 ปี	110	38.6
41-50 ปี	80	28.1
51 ปี ขึ้นไป	24	8.4
รวม	285	100

ที่มา : จากการสำรวจ

3) **ระดับการศึกษา** เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 285 ราย จากการศึกษพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 และการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ที่เหลือมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 ระดับการศึกษาอนุปริญญา จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.8 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ
สินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	2.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	24	8.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	27	9.5
ปวส. / อนุปริญญา	15	5.3
ปริญญาตรี	181	63.5
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	30	10.5
รวม	285	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4) อาชีพ เมื่อพิจารณาอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 285 ราย จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการมากที่สุด มีจำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.2 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 อาชีพอื่นๆ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	157	55.1
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	14.0
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	49	17.2
เกษตรกร	11	3.9
อื่น ๆ	28	9.8
รวม	285	100

ที่มา : จากการสำรวจ

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 285 ราย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.6 รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.9 รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 และมีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	73	25.6
10,001 – 20,000 บาท	121	42.5
20,001 – 30,000 บาท	51	17.9
30,001 – 40,000 บาท	24	8.4
40,001 – 50,000 บาท	10	3.5
สูงกว่า 50,000 บาท	6	2.1
รวม	285	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิม

ของธนาคาร จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.6)

1. **ปัจจัยด้านราคา** ประกอบด้วยอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย พบว่าให้ความสำคัญด้านอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าธรรมเนียมการจัดการเงินกู้ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ประกัน ค่าธรรมเนียมปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนกำหนด) ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

2. **ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน** ประกอบด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเอง ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความรู้ความสามารถความชำนาญในการให้บริการ การแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นเอง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ความรู้ความสามารถความชำนาญในการให้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.36 และความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.28 ส่วนด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

3. **ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร** ประกอบด้วยการเป็นธนาคารของรัฐและการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยในด้านการเป็นธนาคารของรัฐ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

4. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ประกอบด้วย ความหลากหลายประเภทของสินเชื่อ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ วัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ และความสะดวกในการชำระหนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการชำระหนี้ ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และ 3.31 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ วัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ 3.23

5. **ปัจจัยด้านสถานที่** ประกอบด้วย อยู่ในแหล่งชุมชน สถานที่จอดรถสะดวก และการตกแต่งอาคารสถานที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อยู่ในแหล่งชุมชน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ส่วนสถานที่จอดรถมีความสะดวก และการตกแต่งอาคารสถานที่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และ 3.16 ตามลำดับ

6. **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ และการออกเดินตลาดพบลูกค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

สินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 , 3.10 และ 2.89 ตามลำดับ

7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย เอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ ขั้นตอนการอนุมัติ ระยะเวลาทราบผลในการอนุมัติ และการทำนิติกรรมสัญญา, การจำนอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 , 3.19 , 3.14 และ 3.08 ตามลำดับ

8. ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร พบว่ากลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ	
1.ด้านราคา					
1.1 อัตราดอกเบี้ย	117 (41.1)	136 (47.7)	32 (11.2)	0 (0.0)	285 [3.30] มาก
1.2 ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ	113 (39.6)	128 (44.9)	44 (15.4)	0 (0.0)	285 [3.24] ปานกลาง
2. การให้บริการของพนักงาน					
2.1 ความอึดอึ้งแจ่มใส ให้บริการด้วย ความเป็นกันเอง	141 (49.5)	116 (40.7)	26 (9.1)	2 (0.7)	285 [3.39] มาก
2.2 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	116 (40.7)	135 (47.4)	32 (11.2)	2 (0.7)	285 [3.28] มาก
2.3 ความรู้ความสามารถ ความชำนาญ ในการให้บริการ	116 (40.7)	135 (47.4)	32 (11.2)	2 (0.7)	285 [3.36] มาก
2.4 การแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ	112 (39.3)	117 (48.1)	32 (11.2)	4 (1.4)	285 [3.25] ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ	
3. ความมั่นคงและควมมีชื่อเสียงของ ธนาคาร					
3.1 เป็นธนาคารของรัฐ	143 (50.2)	110 (38.6)	30 (10.5)	2 (0.7)	285 [3.38] มาก
3.2 เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่	123 (43.2)	128 (44.9)	32 (11.2)	2 (0.7)	285 [3.31] มาก
4. ด้านผลิตภัณฑ์					
4.1 ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ	117 (41.1)	140 (49.1)	26 (9.1)	2 (0.7)	285 [3.31] มาก
4.2 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	97 (34.0)	154 (54.0)	32 (11.2)	2 (0.7)	285 [3.21] ปานกลาง
4.3 วัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ	97 (34.0)	156 (54.7)	32 (11.2)	0 (0.0)	285 [3.23] ปานกลาง
4.4 ความสะดวกในการชำระหนี้	118 (41.1)	143 (50.2)	22 (7.7)	2 (0.7)	285 [3.32] มาก
5. ด้านสถานที่					
5.1 อยู่ในแหล่งชุมชน	107 (37.5)	144 (50.5)	34 (11.9)	0 (0.0)	285 [3.26] มาก
5.2 สถานที่จอดรถสะดวก	109 (38.2)	130 (45.6)	46 (16.1)	0 (0.0)	285 [3.22] ปานกลาง
5.3 การตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอก ภายใน	98 (34.4)	136 (47.7)	49 (17.2)	2 (0.7)	285 [3.16] ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ	
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
6.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์	90 (31.6)	153 (53.7)	38 (13.3)	4 (1.4)	285 [3.15] ปานกลาง
6.2 การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	88 (30.9)	139 (48.8)	56 (19.6)	2 (0.7)	285 [3.10] ปานกลาง
6.3 การออกเดินตลาดพบลูกค้า	48 (16.8)	163 (57.2)	68 (23.9)	6 (2.1)	285 [2.89] ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการให้บริการ					
7.1 เอกสารประกอบในการยื่นขออนุมัติ	95 (33.3)	58 (55.4)	32 (11.2)	0 (0.0)	285 [3.22] ปานกลาง
7.2 ขั้นตอนการอนุมัติ	93 (32.6)	156 (54.7)	34 (11.9)	2 (0.7)	285 [3.19] ปานกลาง
7.3 ระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ	84 (29.5)	159 (55.8)	40 (14.0)	2 (0.7)	285 [3.14] ปานกลาง
7.4 การทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างงาน	68 (23.9)	173 (60.7)	42 (14.7)	2 (0.7)	285 [3.08] ปานกลาง
8. การเป็นลูกค้าเดิมที่ให้บริการกับธนาคาร อยู่แล้ว	114 (40.0)	139 (48.8)	32 (11.2)	0 (0.0)	285 [3.29] มาก

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านานาชาติกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร พบว่าปัจจัยที่ลูกค้าให้ระดับความสำคัญโดยรวมมากเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านราคา ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 อันดับที่ 5 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 อันดับที่ 6 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 อันดับที่ 7 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และอันดับที่ 8 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านานาชาติกรุงไทยโดยรวม ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

อันดับ	ปัจจัย	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร	3.34	มาก	0.69
2	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	3.32	มาก	0.67
3	ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร	3.28	มาก	0.65
4	ปัจจัยด้านราคา	3.27	มาก	0.68
5	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.26	มาก	0.65
6	ปัจจัยด้านสถานที่	3.21	ปานกลาง	0.69
7	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.15	ปานกลาง	0.64
8	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.04	ปานกลาง	0.70

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ กับข้อมูลทั่วไป

1) ปัจจัยด้านราคา

1.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

1.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ สินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.440 และค่า p – value เท่ากับ 0.295 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย (ตารางที่ 4.8)

1.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.830 และค่า p – value เท่ากับ 0.660 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อัตราดอกเบี้ย	ชาย	45(36.0)	64(51.2)	16(12.8)	0(0.0)	125(100)	2.440 [0.295]
	หญิง	72(45)	72(45)	16(10)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	117(41.1)	136(47.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
2. ค่าธรรมเนียม ต่าง ๆ	ชาย	49(39.2)	54(43.2)	22(17.6)	0(0.0)	125 (100)	0.830 [0.660]
	หญิง	64(40.0)	74(46.3)	22(13.8)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	113(39.6)	138(44.9)	44(15.4)	0(0.0)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

1.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

1.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอัตราดอกเบี้ยของลูกค้ายุคกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.264 และค่า p – value เท่ากับ 0.159 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มอายุของลูกค้ายุคผู้ใช้บริการสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย (ตารางที่ 4.9)

1.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของลูกค้ายุคตัวอย่างผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.294 และค่า p – value เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มอายุของลูกค้ายุคผู้ใช้บริการสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อัตราดอกเบี้ย	21 – 30 ปี	23 (32.4)	42(59.2)	6(8.5)	0 (0.0)	71 (100)	9.264 [0.159]
	31 – 40 ปี	46 (41.8)	46(41.8)	18(16.4)	0 (0.0)	110(100)	
	41 – 50 ปี	38 (47.5)	36(45.0)	6(7.5)	0 (0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	10(41.7)	12(50.0)	2(8.3)	0 (0.0)	24 (100)	
	รวม	117(41.1)	136(47.7)	32(11.2)	0 (0.0)	285 (100)	
2. ค่าธรรมเนียม ต่าง ๆ	21 – 30 ปี	21(29.6)	40(56.3)	10(14.1)	0 (0.0)	71(100)	17.294 [0.008]**
	31 – 40 ปี	42(38.2)	42(38.2)	26(23.6)	0 (0.0)	110(100)	
	41 – 50 ปี	38(47.5)	34(42.5)	8(10.0)	0 (0.0)	80(100)	
	51 ปีขึ้นไป	12(50.0)	12(50.0)	0(0.0)	0 (0.0)	24(100)	
	รวม	113(39.6)	128(44.9)	44(15.4)	0 (0.0)	285(100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

1.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

1.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยของลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 29.795 และค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย (ตารางที่ 4.10)

1.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.004 และค่า p - value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อัตราดอกเบี้ย	ข้าราชการ	67(42.7)	66(42.0)	24(15.3)	0(0.0)	157 (100)	29.795 [0.000]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	26(65)	14(35.0)	0(0.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	17(34.7)	26(53.1)	6(12.2)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	3(27.3)	8(72.7)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	4(13.3)	22(78.6)	2(7.1)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	117(41.1)	136(47.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. ค่าธรรมเนียม ต่าง ๆ	ข้าราชการ	32(20.4)	68(43.31)	57(36.3)	0(0.0)	157 (100)	27.004 [0.001]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0(0.0)	14(35.0)	26(65.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	4(8.2)	26(53.1)	19(38.8)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	0(0.0)	8(72.7)	3(27.3)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	8(28.6)	12(42.9)	8(28.6)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	44(15.4)	128(44.9)	113(39.6)	0(0.0)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

1.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

1.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยของลูกค้านักออมตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 47.130 และค่า p – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักออมตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ย (ตารางที่ 4.11)

1.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของลูกค้านักออมตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 28.768 และค่า p – value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักออมตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อัตราดอกเบี้ย	ต่ำกว่า 10,000	23(31.5)	34(46.6)	16(21.9)	0(0.0)	73 (100)	47.130 [0.000]**
	10,001-20,000	45(37.2)	70(57.9)	6(5.0)	0(0.0)	121(100)	
	20,001-30,000	17(33.3)	28(54.9)	6(11.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	20(83.3)	2(8.3)	2(83)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	8(80)	0(0.0)	2(20)	0(0.0)	10(100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	117(41.1)	136(47.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
2. ค่าธรรมเนียม ต่าง ๆ	ต่ำกว่า 10,000	27(37.0)	34(46.6)	12(16.4)	0(0.0)	73 (100)	28.768 [0.001]**
	10,001-20,000	41(33.9)	64(52.9)	16(13.2)	0(0.0)	121(100)	
	20,001-30,000	17(33.3)	20(39.2)	14(27.5)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	16(66.7)	8(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	40,000-50,000	8(80.0)	0(0.0)	2(20.0)	0(0.0)	10(100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6(100)	
	รวม	113(39.6)	128(44.9)	44(15.4)	0(0.0)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

2) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน

2.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

2.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเองของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.173 และค่า p - value เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเองแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ากลุ่มเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเอง (ตารางที่ 4.12)

2.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.608 และค่า p - value เท่ากับ 0.0658 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ตารางที่ 4.12)

2.1.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.881 และค่า p - value เท่ากับ 0.275 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการของลูกค้ายุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 4.12)

2.1.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.732 และค่า p - value เท่ากับ 0.630 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามกลุ่มเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความอึดอึ้ง แจ่มใส ให้บริการ ด้วยความเป็น กันเอง	ชาย	71(56.8)	40(32.0)	14(11.2)	0(0.0)	125(100)	9.173 [0.027]**
	หญิง	70(43.8)	76(47.5)	12(7.5)	2(1.3)	160(100)	
	รวม	141(49.5)	116(40.7)	26(9.1)	2(0.7)	285(100)	
2. ความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	ชาย	52(41.5)	59(47.2)	14(11.2)	0(0.0)	125(100)	1.608 [0.658]
	หญิง	64(40.0)	76(47.5)	18(11.3)	2(1.3)	160(100)	
	รวม	116(40.7)	135(47.4)	32(11.2)	2(0.7)	285(100)	

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. ความรู้ ความสามารถความ ชำนาญ ในการ ให้บริการ	ชาย	60(48.0)	59(47.2)	6(4.8)	0(0.0)	125(100)	3.881 [0.275]
	หญิง	66(41.3)	78(48.8)	14(8.8)	2(1.2)	160(100)	
	รวม	126(44.2)	137(48.1)	20(7.0)	2(0.7)	285(100)	
4. การแนะนำและ ช่วยเหลือปัญหา ต่าง ๆ	ชาย	54(43.2)	57(45.6)	12(9.6)	2(1.6)	125(100)	1.732 [0.630]
	หญิง	58(36.3)	80(50.0)	20(12.5)	2(1.3)	160(100)	
	รวม	112(39.3)	137(48.1)	32(11.2)	4(1.4)	285(100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

2.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

2.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความขี้เมี่ยมแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็น
กันเองของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ
7.998 และค่า p - value เท่ากับ 0.534 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความขี้เมี่ยมแจ่มใสให้บริการด้วย
ความเป็นกันเองไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความ
ขี้เมี่ยมแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเอง (ตารางที่ 4.13)

2.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของ
ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.371
และค่า p - value เท่ากับ 0.404 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ
ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นใน
การให้บริการ (ตารางที่ 4.13)

2.2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการ
ให้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ
20.741 และค่า p - value เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ

ความชำนาญในการให้บริการแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักกลุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ (ตารางที่ 4.13)

2.2.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.849 และค่า p – value เท่ากับ 0.170 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความยิ้มแย้ม แจ่มใส ให้บริการด้วย ความเป็นกันเอง	21 - 30 ปี	35(49.3)	26(36.5)	10(14.1)	0(0.0)	71 (100)	7.998 [0.534]
	31 - 40 ปี	50(45.5)	48(43.6)	10(9.1)	2(1.8)	110(100)	
	41 - 50 ปี	44(55.0)	32(40.0)	4(5.0)	0(0.0)	80(100)	
	51 ปีขึ้นไป	12(50.0)	10(41.7)	2(8.3)	0(0.0)	24(100)	
	รวม	141(49.5)	116(40.7)	26(9.1)	2(0.7)	285(100)	
2. ความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ	21 - 30 ปี	31(43.7)	30(42.3)	10(14.1)	0(0.0)	71 (100)	9.371 [0.404]
	31 - 40 ปี	38(34.5)	56(50.9)	14(12.7)	2(1.8)	110(100)	
	41 - 50 ปี	39(48.8)	35(43.8)	6(7.5)	0(0.0)	80(100)	
	51 ปีขึ้นไป	8(33.3)	14(58.3)	2(8.3)	0(0.0)	24(100)	
	รวม	116(40.7)	135(47.4)	32(11.2)	2(0.7)	285(100)	
3. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญใน การให้บริการ	21 - 30 ปี	27(38.0)	36(50.7)	8(11.3)	0(0.0)	71 (100)	20.741 [0.014]**
	31 - 40 ปี	42(38.2)	58(52.7)	10(9.1)	0(0.0)	110(100)	
	41 - 50 ปี	47(58.8)	31(48.8)	0(0.0)	2(2.5)	80(100)	
	51 ปีขึ้นไป	10(41.7)	12(50.0)	2(8.3)	0(0.0)	24(100)	
	รวม	126(44.2)	137(48.1)	20(7.0)	2(0.7)	285(100)	

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
4. การแนะนำ และช่วยแก้ไข ปัญหาต่างๆ	21 - 30 ปี	33(46.5)	28(39.4)	10(14.1)	0(0.0)	71 (100)	12.849 [0.170]
	31 - 40 ปี	36(32.7)	56(50.9)	14(12.7)	4(3.6)	110(100)	
	41 - 50 ปี	35(43.8)	39(48.8)	6(7.5)	0(0.0)	80(100)	
	51 ปีขึ้นไป	8(33.3)	14(58.3)	2(8.3)	0(0.0)	24(100)	
	รวม	112(39.3)	137(48.1)	32(11.2)	4(1.4)	285(100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

2.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

2.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความขี้มเข้มแถมใสให้บริการด้วยความเป็น
กันเองของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ
47.223 และค่า p – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความขี้มเข้มแถมใส
ให้บริการด้วยความเป็นกันเองแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัย
ด้านความขี้มเข้มแถมใสให้บริการด้วยความเป็นกันเอง (ตารางที่ 4.14)

2.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของ
ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 40.991
และค่า p – value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า
ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ
แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการ
ให้บริการ (ตารางที่ 4.14)

2.3.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการ
ให้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ
35.600 และค่า p – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความ
ชำนาญในการให้บริการแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน
ความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ (ตารางที่ 4.14)

2.3.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 52.926 และค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาด่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาด่าง ๆ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความเข้มแข็ง แจ่มใส ให้บริการด้วย ความเป็นกันเอง	ข้าราชการ	69(43.9)	72(45.9)	16(10.2)	0(0.0)	157(100)	47.223 [0.000]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	28(70)	12(30)	0(0.0)	0(0.0)	40(100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	23(46.9)	24(49)	2(4.1)	0(0.0)	49(100)	
	การเกษตร	3(27.3)	6(54.5)	2(18.2)	0(0.0)	11(100)	
	อื่น ๆ	18(64.3)	2(7.1)	6(21.4)	2(7.1)	28(100)	
	รวม	141(49.5)	116(40.7)	26(9.1)	2(0.7)	285(100)	
	2. ความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ	ข้าราชการ	54(34.4)	79(50.3)	24(15.3)	0(0.0)	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		26(65.0)	14(35.0)	0(0.0)	0(0.0)	40(100)	
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง		19(38.8)	26(53.1)	4(8.2)	0(0.0)	49(100)	
การเกษตร		3(27.3)	8(72.7)	0(0.0)	0(0.0)	11(100)	
อื่น ๆ		14(50)	8(26.8)	4(14.3)	2(7.1)	28(100)	
รวม		116(40.7)	135(47.4)	32(11.2)	2(0.7)	285(100)	

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญใน การให้บริการ	ข้าราชการ	70(44.6)	73(46.5)	14(8.9)	0(0.0)	157(100)	35.600 [0.000]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	26(65)	14(35)	0(0.0)	0(0.0)	40(100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	17(34.7)	30(61.2)	0(0.0)	2(4.1)	49(100)	
	การเกษตร	5(45.5)	6(54.5)	0(0.0)	0(0.0)	11(100)	
	อื่น ๆ	8(28.6)	14(50.0)	6(21.4)	0(0.0)	28(100)	
	รวม	20(7.0)	137(48.1)	20(7.0)	2(0.7)	285(100)	
	4. การแนะนำ และช่วยแก้ไข ปัญหาต่างๆ	ข้าราชการ	66(42.0)	71(45.2)	20(12.7)	0(0.0)	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		22(55.0)	18(45.0)	0(0.0)	0(0.0)	40(100)	
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง		13(26.5)	28(51.7)	8(16.3)	0(0.0)	49(100)	
การเกษตร		3(27.3)	8(72.7)	0(0.0)	0(0.0)	11(100)	
อื่น ๆ		8(28.6)	12(42.9)	4(14.3)	4(14.3)	28(100)	
รวม		112(39.3)	137(48.1)	32(11.2)	4(1.4)	285(100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

2.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

2.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเองของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 23.019 และค่า p-value เท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเองไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเอง (ตารางที่ 4.15)

2.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 21.477 และค่า p – value เท่ากับ 0.122 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มตัวอย่างได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ตารางที่ 4.15)

2.4.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.345 และค่า p – value เท่ากับ 0.360 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มตัวอย่างได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ (ตารางที่ 4.15)

2.4.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 29.899 และค่า p – value เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มตัวอย่างได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการให้บริการของพนักงาน จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความยิ้ม แย้มแจ่มใส ให้บริการด้วย ความเป็น กันเอง	ต่ำกว่า 10,000	35(47.9)	26(35.6)	10(13.7)	2(2.7)	73(100)	23.019 [0.084]
	10,001-20,000	51(42.1)	62(51.2)	8(6.6)	0(0.0)	121(100)	
	20,001-30,000	27(52.9)	18(35.3)	6(11.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	18(75.0)	4(16.7)	6(11.8)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	4(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	141(49.5)	116(40.7)	26(9.1)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. ความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ	ต่ำกว่า 10,000	29(39.7)	32(43.8)	10(13.7)	2(2.7)	73 (100)	21.477 [0.122]
	10,001-20,000	41(33.9)	70(57.9)	10(8.3)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	24(47.1)	19(37.3)	8(15.7)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	14(58.3)	8(33.3)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	2(33.3)	4(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	116(40.7)	135(47.4)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	
3. ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญใน การให้บริการ	ต่ำกว่า 10,000	25(34.2)	40(54.8)	8(11.0)	0(0.0)	73 (100)	16.345 [0.360]
	10,001-20,000	53(43.8)	58(47.9)	8(6.6)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	22(43.1)	25(49.0)	4(7.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	14(58.3)	10(41.7)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	8(80.0)	2(20.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	126(44.2)	137(48.1)	20(7.0)	2(0.7)	285 (100)	
4. การแนะนำ และช่วยเหลือ ปัญหาต่าง ๆ	ต่ำกว่า 10,000	27(37.0)	34(46.6)	8(11.0)	4(5.5)	73 (100)	29.899 [0.012]**
	10,001-20,000	43(35.5)	68(56.2)	10(8.3)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	20(39.2)	19(37.3)	12(23.5)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	14(58.3)	8(33.3)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	4(40.0)	6(60.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	112(39.3)	137(48.1)	32(11.2)	4(1.4)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

3) ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร

3.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

3.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.663 และค่า p - value เท่ากับ 0.645 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐ (ตารางที่ 4.16)

3.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.845 และค่า p - value เท่ากับ 0.279 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็น ธนาคารของรัฐ	ชาย	63(50.4)	48(38.4)	14(11.2)	0(0.0)	125 (100)	1.663 [0.645]
	หญิง	80(50.0)	62(38.8)	16(10.0)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	143(50.2)	110(38.6)	30(10.5)	2(0.7)	285 (100)	
2. การเป็น ธนาคารพาณิชย์ที่ มีขนาดใหญ่	ชาย	51(40.8)	56(44.8)	18(14.4)	0(0.0)	125 (100)	3.845 [0.279]
	หญิง	72(45.0)	72(45.0)	14(8.8)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	123(43.2)	128(44.9)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

3.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

3.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.608 และค่า p-value เท่ากับ 0.055 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐ (ตารางที่ 4.17)

3.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.819 และค่า p - value เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็น ธนาคารของรัฐ	21 - 30 ปี	42(59.2)	27(38.0)	2(2.8)	0(0.0)	71 (100)	16.608 [0.055]
	31 - 40 ปี	46(41.8)	50(45.5)	12(10.9)	2(1.8)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	45(56.3)	23(28.8)	12(15.0)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	10(41.7)	10(41.7)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	143(50.2)	110(38.6)	30(10.5)	2(0.7)	285 (100)	
2. การเป็น ธนาคารพาณิชย์ ที่มีขนาดใหญ่	21 - 30 ปี	36(50.7)	33(46.5)	2(2.8)	0(0.0)	71 (100)	17.819 [0.037]**
	31 - 40 ปี	42(38.2)	50(45.5)	16(14.5)	2(1.8)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	39(48.8)	29(36.3)	12(15.0)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	6(25.0)	16(66.7)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	123(43.2)	128(44.9)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

3.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

3.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 20.102 และค่า p-value เท่ากับ 0.065 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐ (ตารางที่ 4.18)

3.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.238 และค่า p - value เท่ากับ 0.286 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็น ธนาคารของรัฐ	ข้าราชการ	85(54.1)	50(31.8)	20(12.7)	2(1.3)	157 (100)	20.102 [0.065]
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	24(60.0)	14(35.0)	2(5.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	22(44.9)	21(42.9)	6(12.2)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	2(18.2)	9(81.8)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	10(35.7)	16(57.1)	2(7.1)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	143(50.2)	110(38.6)	30(10.5)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. การเป็น ธนาคารพาณิชย์ ที่มีขนาดใหญ่	ข้าราชการ	61(38.9)	76(48.4)	18(11.5)	2(1.3)	157 (100)	14.238 [0.286]
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	26(65.0)	12(30.0)	2(5.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	20(40.8)	21(42.9)	4(14.3)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	4(36.4)	7(63.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	12(42.9)	12(42.9)	4(14.3)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	123(43.2)	128(44.9)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

3.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

3.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 26.230 และค่า p-value เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐ (ตารางที่ 4.19)

3.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 21.406 และค่า p - value เท่ากับ 0.124 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคาร จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. เป็นธนาคาร ของรัฐ	ต่ำกว่า 10,000	34(46.6)	33(45.2)	6(8.2)	0(0.0)	73 (100)	26.230 [0.036]**
	10,001-20,000	66(54.5)	39(32.2)	14(11.6)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	15(29.4)	30(58.8)	6(11.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	16(66.7)	6(25.0)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	6(100)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	143(50.2)	110(38.6)	30(10.5)	2(0.7)	285 (100)	
2. เป็นธนาคาร พาณิชย์ที่มี ขนาดใหญ่	ต่ำกว่า 10,000	28(38.4)	35(47.9)	10(13.7)	0(0.0)	73 (100)	21.406 [0.124]
	10,001-20,000	56(46.3)	53(43.8)	10(8.3)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	13(25.5)	30(58.8)	8(15.7)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	16(66.7)	6(25.0)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10(100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	123(43.2)	128(44.9)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

4.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

4.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.808 และค่า p - value เท่ากับ 0.121 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ (ตารางที่ 4.20)

4.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.737 และค่า p – value เท่ากับ 0.434 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ (ตารางที่ 4.20)

4.1.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.599 และค่า p-value เท่ากับ 0.741 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ (ตารางที่ 4.20)

4.1.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.800 และค่า p – value เท่ากับ 0.284 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความ หลากหลายของ ประเภทสินเชื่อ	ชาย	53(42.4)	56(44.8)	16(12.8)	0(0.0)	125 (100)	5.808 [0.121]
	หญิง	64(40.0)	84(52.5)	10(6.3)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	117(41.1)	140(49.1)	26(9.1)	2(0.7)	285 (100)	
2. วงเงินสินเชื่อ ที่ได้รับ	ชาย	39(31.2)	70(56.0)	16(12.8)	0(0.0)	125 (100)	2.737 [0.434]
	หญิง	58(36.3)	84(52.5)	16(10.0)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	97(34.0)	154(54.0)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. วัตถุประสงค์ ตรงกับความต้องการ	ชาย	43(34.4)	70(56.0)	12(9.6)	0(0.0)	125(100)	0.599 [0.741]
	หญิง	54(33.8)	86(53.8)	20(12.5)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	97(34.0)	156(54.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
4. ความสะดวก ในการชำระหนี้	ชาย	58(46.4)	59(47.2)	8(6.4)	0(0.0)	125 (100)	3.800 [0.284]
	หญิง	60(37.5)	84(52.5)	14(8.8)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	118(41.4)	143(50.2)	22(7.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

4.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

4.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.060 และค่า p – value เท่ากับ 0.160 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ (ตารางที่ 4.21)

4.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.927 และค่า p – value เท่ากับ 0.166 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ (ตารางที่ 4.21)

4.2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.637 และค่า p – value เท่ากับ 0.356 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ

ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ (ตารางที่ 4.21)

4.2.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 13.214 และค่า p - value เท่ากับ 0.153 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความ หลากหลายของ ประเภทสินเชื่อ	21 – 30 ปี	28(39.4)	37(52.1)	6(8.5)	0(0.0)	71 (100)	13.060 [0.160]
	31 – 40 ปี	42(38.2)	58(52.7)	8(7.3)	2(1.8)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	37(46.3)	37(46.3)	6(7.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	10(41.7)	8(33.3)	6(25)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	117(41.1)	140(49.1)	26(9.1)	2(0.7)	285 (100)	
2. วงเงินสินเชื่อที่ ได้รับ	21 – 30 ปี	28(39.4)	39(54.9)	4(5.6)	0(0.0)	71 (100)	12.927 [0.166]
	31 – 40 ปี	38(34.5)	60(54.5)	10(9.1)	2(1.8)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	27(33.8)	39(48.8)	14(17.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	4(16.7)	16(66.7)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	97(34.0)	154(54.0)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	
3. วัตถุประสงค์ ตรงกับความ ต้องการ	21 – 30 ปี	24(33.8)	35(49.3)	12(16.9)	0(0.0)	71 (100)	6.637 [0.356]
	31 – 40 ปี	36(32.7)	66(60.0)	8(7.3)	0(0.0)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	31(38.8)	41(51.3)	8(10)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	6(25.0)	14(58.3)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	97(34.0)	156(54.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
4. ความสะดวกในการชำระหนี้	21 – 30 ปี	32(45.1)	35(49.3)	4(5.6)	0(0.0)	71 (100)	13.214 [0.153]
	31 – 40 ปี	40(36.4)	60(54.5)	8(7.3)	2(1.8)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	38(47.5)	32(40.0)	10(12.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	8(33.3)	16(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	118(41.4)	143(50.2)	22(7.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

4.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

4.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 18.703 และค่า p – value เท่ากับ 0.096 ซึ่งมากกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ (ตารางที่ 4.22)

4.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 31.022 และค่า p – value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ (ตารางที่ 4.22)

4.3.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 24.048 และค่า p – value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ

ต้องการแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ (ตารางที่ 4.22)

4.3.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 28.731 และค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความ หลากหลายของ ประเภทสินเชื่อ	ข้าราชการ	67(42.7)	76(48.4)	12(7.6)	2(1.3)	157 (100)	18.703 [0.096]
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	24(60.0)	14(35.0)	2(5.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	16(32.7)	25(51.0)	8(16.3)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	2(18.2)	9(81.8)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	8(28.6)	16(57.1)	4(14.3)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	117(41.1)	140(49.1)	26(9.1)	2(0.7)	285 (100)	
	2. วงเงินสินเชื่อที่ ได้รับ	ข้าราชการ	57(36.3)	74(47.1)	24(15.3)	2(1.3)	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		22(55.0)	16(40.0)	2(5.0)	0(0.0)	40 (100)	
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง		6(12.2)	37(75.5)	6(12.2)	0(0.0)	49 (100)	
การเกษตร		4(36.4)	7(63.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
อื่น ๆ		8(28.6)	20(71.4)	0(0.0)	0(0.0)	28 (100)	
รวม		97(34.0)	154(54.0)	32(11.2)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. วัตถุประสงค์ ตรงกับความต้องการ	ข้าราชการ	55(35.0)	82(52.2)	20(12.7)	0(0.0)	157 (100)	24.048 [0.002]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	22(55.0)	14(35.0)	4(10.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	6(12.2)	37(75.5)	6(12.2)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	2(18.2)	9(81.8)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	12(42.9)	14(50.0)	2(7.1)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	97(34.0)	156(54.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
	4. ความสะดวก ในการชำระหนี้	ข้าราชการ	72(45.9)	69(43.9)	14(8.9)	2(1.3)	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		22(55.0)	18(45.0)	0(0.0)	0(0.0)	40 (100)	
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง		6(12.2)	37(75.5)	6(12.2)	0(0.0)	49 (100)	
การเกษตร		4(36.4)	7(63.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
อื่น ๆ		14(50.0)	12(42.9)	2(7.1)	0(0.0)	28 (100)	
รวม		118(41.4)	143(50.2)	22(7.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

4.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

4.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 23.634 และค่า p - value เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ (ตารางที่ 4.23)

4.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 26.272 และค่า p - value เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่ม รายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่ม รายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ (ตารางที่ 4.23)

4.4.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 22.194 และค่า p-value เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ (ตารางที่ 4.23)

4.4.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 31.610 และค่า p - value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. ความ หลากหลาย ประเภทสินเชื่อ	ต่ำกว่า 10,000	24(32.9)	39(53.4)	10(13.7)	0(0.0)	73 (100)	23.634 [0.072]
	10,001-20,000	50(41.3)	57(47.1)	12(50.0)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	19(37.3)	30(58.8)	2(3.9)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	10(41.7)	12(50.0)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	8(80.0)	2(20.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	6(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	117(41.1)	140(49.1)	26(9.1)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 (Sig.)
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. เงิน สินเชื่อที่ได้รับ	ต่ำกว่า 10,000	26(35.6)	41(56.2)	6(8.2)	0(0.0)	73 (100)	26.272 [0.035]**
	10,001-20,000	36(29.8)	73(60.3)	10(8.3)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	15(29.4)	22(43.1)	14(27.5)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	12(50.0)	10(41.7)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	4(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	2(33.3)	4(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	97(34.0)	154(54.0)	32(11.20)	2(0.7)	285 (100)	
3. วัตถุประสงค์ ตรงกับความต้องการ	ต่ำกว่า 10,000	18(24.7)	45(61.6)	10(13.7)	0(0.0)	73 (100)	22.194 [0.014]**
	10,001-20,000	38(31.4)	69(57.0)	14(11.6)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	17(33.3)	28(54.9)	6(11.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	14(58.3)	10(41.7)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	4(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	0(0.0)	2(33.3)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	97(34.0)	156(54.7)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
4. ความ สะดวกในการ ชำระหนี้	ต่ำกว่า 10,000	24(32.9)	43(58.9)	6(8.2)	0(0.0)	73 (100)	31.610 [0.007]**
	10,001-20,000	50(41.3)	57(47.1)	12(9.9)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	14(27.5)	33(64.7)	4(7.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	20(83.3)	4(16.7)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	4(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	118(41.4)	143(50.2)	22(7.7)	2(0.7)	285(100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

5) ปัจจัยด้านสถานที่

5.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

5.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่ที่อยู่ในแหล่งชุมชนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.693 และค่า p - value เท่ากับ 0.260 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่ที่อยู่ในแหล่งชุมชนไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่ที่อยู่ในแหล่งชุมชน (ตารางที่ 4.24)

5.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.105 และค่า p - value เท่ากับ 0.078 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถ (ตารางที่ 4.24)

5.1.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.004 และค่า p - value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อยู่ในแหล่ง ชุมชน	ชาย	53(42.4)	60(48.0)	12(9.6)	0(0.0)	125 (100)	2.693 [0.260]
	หญิง	54(33.8)	84(52.5)	22(13.8)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	107(37.5)	144(50.5)	34(1.9)	0(0.0)	285 (100)	
2. สถานที่จอดรถ	ชาย	57(45.6)	50(40.0)	18(14.4)	0(0.0)	125 (100)	5.105 [0.078]
	หญิง	52(32.5)	80(50.0)	28(17.5)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	109(38.2)	130(45.6)	46(16.1)	0(0.0)	285 (100)	

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. การตกแต่ง อาคารสถานที่ทั้ง ภายนอกและ ภายใน	ชาย	56(44.8)	52(41.6)	17(13.6)	0(0.0)	125 (100)	12.004 [0.007]**
	หญิง	42(26.3)	84(52.5)	32(20.0)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	98(34.4)	136(47.7)	49(17.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

5.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

5.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชนของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.115 และค่า p - value เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชนไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชน (ตารางที่ 4.25)

5.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวกของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.281 และค่า p - value เท่ากับ 0.218 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวกไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวก (ตารางที่ 4.25)

5.2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในของลูกค้ายุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.709 และค่า p - value เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อยู่ในแหล่ง ชุมชน	21 - 30 ปี	31(43.7)	36(50.7)	4(5.6)	0(0.0)	71 (100)	9.115 [0.167]
	31 - 40 ปี	36(32.7)	56(50.9)	18(16.4)	0(0.0)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	28(35.0)	44(55.0)	8(10.0)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	12(50.0)	8(33.3)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	107(37.5)	144(50.5)	34(11.9)	0(0.0)	285 (100)	
2. สถานที่จอดรถ สะดวก	21 - 30 ปี	25(35.2)	36(50.7)	10(14.1)	0(0.0)	71 (100)	8.281 [0.218]
	31 - 40 ปี	34(30.9)	54(49.1)	22(20.0)	0(0.0)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	38(47.5)	32(40.0)	10(12.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	12(50.0)	8(33.3)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	109(38.2)	130(45.6)	46(16.1)	0(0.0)	285 (100)	
3. การตกแต่งอาคาร สถานที่ทั้งภายนอก และภายใน	21 - 30 ปี	28(39.4)	27(38.0)	16(22.5)	0(0.0)	71 (100)	17.790 [0.038]**
	31 - 40 ปี	28(25.5)	56(50.9)	24(21.8)	2(1.8)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	34(42.5)	41(51.3)	5(6.3)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	8(33.3)	12(50.0)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	98(34.4)	136(47.7)	49(17.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

5.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

5.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชนของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 22.037 และค่า p - value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชนแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชน (ตารางที่ 4.26)

5.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวกของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 25.078 และค่า p – value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวกแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวก (ตารางที่ 4.26)

5.3.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 48.604 และค่า p – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p – value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อยู่ในแหล่ง ชุมชน	ข้าราชการ	62(39.5)	79(50.3)	16(10.2)	0(0.0)	157 (100)	22.037 [0.005]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	20(50.0)	14(35.0)	6(15.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	6(12.2)	33(67.3)	10(20.4)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	5(45.5)	6(54.5)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	14(50.0)	12(42.9)	2(7.1)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	107(37.5)	144(50.5)	34(11.9)	0(0.0)	285 (100)	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. สถานที่จอดรถ สะดวก	ข้าราชการ	58(36.9)	77(49.0)	22(14.0)	0(0.0)	157 (100)	25.078 [0.002]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	22(55.0)	12(30.0)	6(15.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	8(16.3)	29(59.2)	12(24.5)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	5(45.5)	6(54.5)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	16(57.1)	6(21.4)	6(21.4)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	109(38.2)	130(45.6)	46(16.1)	0(0.0)	285 (100)	
	3. การตกแต่งอาคาร สถานที่ทั้งภายนอก และภายใน	ข้าราชการ	48(30.6)	82(52.2)	25(15.9)	2(1.3)	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		24(60.0)	8(20.0)	8(20.0)	0(0.0)	40 (100)	
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง		10(20.4)	35(71.4)	4(8.2)	0(0.0)	49 (100)	
การเกษตร		4(36.4)	7(3.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
อื่น ๆ		12(42.9)	4(14.3)	12(42.9)	0(0.0)	28 (100)	
รวม		98(34.4)	136(47.7)	49(17.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

5.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

5.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชนของลูกค้า
กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.918 และค่า
p-value เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ใน
ระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชนไม่แตกต่างกัน
กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชน
(ตารางที่ 4.27)

5.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวกของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 28.353 และค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่จอดรถ (ตารางที่ 4.27)

5.4.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 26.622 และค่า p-value เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. อยู่ในแหล่ง ชุมชน	ต่ำกว่า 10,000	27(37.0)	40(54.8)	6(8.2)	0(0.0)	73 (100)	14.918 [0.135]
	10,001-20,000	44(36.4)	63(52.1)	14(11.6)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	16(31.4)	27(52.9)	8(15.7)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	12(50.0)	10(41.7)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	4(40.0)	2(20.0)	4(40.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	107(37.5)	144(50.5)	34(11.9)	0(0.0)	285 (100)	
2. สถานที่จอดรถ สะดวก	ต่ำกว่า 10,000	29(39.7)	34(46.6)	10(13.7)	0(0.0)	73 (100)	28.353 [0.002]**
	10,001-20,000	38(31.4)	69(57.0)	14(11.6)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	22(43.1)	17(33.3)	12(23.5)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	8(33.3)	8(33.3)	8(33.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	6(100)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	109(38.2)	130(45.6)	46(16.1)	0(0.0)	285 (100)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. การตกแต่ง อาคารสถานที่ทั้ง ภายนอกและ ภายใน	ต่ำกว่า 10,000	24(32.9)	35(47.9)	14(19.2)	0(0.0)	73 (100)	26.622 [0.032]**
	10,001-20,000	38(31.4)	67(55.4)	14(11.6)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	16(31.4)	26(51.0)	9(17.6)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	10(41.7)	6(25.0)	8(33.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	0(0.0)	4(40.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	98(34.4)	136(47.7)	49(17.2)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

6.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

6.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.084 และค่า p - value เท่ากับ 0.108 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 4.28)

6.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.638 และค่า p - value เท่ากับ 0.303 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.28)

6.1.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 10.693 และค่า p-value

เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดปลูกลูกค้าแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดปลูกลูกค้า (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ชาย	36(28.8)	75(60.0)	14(11.2)	0(0.0)	125 (100)	6.084 [0.108]
	หญิง	54(33.8)	78(48.8)	24(15.0)	4(2.5)	160 (100)	
	รวม	90(31.6)	153(53.7)	38(13.3)	4(1.4)	285 (100)	
2. การให้ข้อมูล ข่าวสารอย่าง สม่ำเสมอ	ชาย	40(32.0)	65(52.0)	20(16.0)	0(0.0)	125 (100)	3.638 [0.303]
	หญิง	48(30.0)	74(46.3)	36(22.5)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	88(30.9)	139(48.8)	56(19.6)	2(0.7)	285 (100)	
3. การออก เดินตลาดพบ ลูกค้า	ชาย	14(11.2)	77(61.6)	34(27.2)	0(0.0)	125 (100)	10.693 [0.014]**
	หญิง	34(21.3)	86(53.8)	34(21.3)	6(3.8)	160 (100)	
	รวม	48(16.8)	163(57.2)	68(23.9)	6(2.1)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

6.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

6.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 34.796 และค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 4.29)

6.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 30.767 และค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักกลุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.29)

6.2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.393 และค่า p-value เท่ากับ 0.109 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้าไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้า (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	21 – 30 ปี	28(39.4)	37(52.1)	6(8.5)	0(0.0)	71 (100)	34.796 [0.000]**
	31 – 40 ปี	30(27.3)	48(43.6)	28(25.5)	4(3.6)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	26(32.5)	50(62.5)	4(5.0)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	6(25.0)	18(75.0)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	90(31.6)	153(53.7)	38(13.3)	4(1.4)	285 (100)	
2. การให้ข้อมูล ข่าวสารอย่าง สม่ำเสมอ	21 - 30 ปี	28(39.4)	33(46.5)	10(14.1)	0(0.0)	71 (100)	30.767 [0.000]**
	31 - 40 ปี	24(21.8)	48(43.6)	36(32.7)	2(1.8)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	30(37.5)	40(50.0)	10(12.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	6(25.0)	18(75.0)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	88(30.9)	139(48.8)	56(19.6)	2(0.7)	285 (100)	
3. การออก เดินตลาดพบ ลูกค้า	21 - 30 ปี	14(19.7)	43(60.6)	12(16.9)	2(2.8)	71 (100)	14.393 [0.109]
	31 - 40 ปี	16(14.5)	54(49.1)	36(32.7)	4(3.6)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	16(20.0)	50(62.5)	14(17.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	2(8.3)	16(66.7)	6(25.0)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	48(16.8)	163(57.2)	68(23.9)	6(2.1)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

6.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

6.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 21.245 และค่า p-value เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 4.30)

6.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 22.829 และค่า p - value เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.30)

6.3.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 33.978 และค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้าแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้า (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ข้าราชการ	52(33.1)	79(50.3)	24(15.3)	2(1.3)	157 (100)	21.245 [0.047]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	20(50.0)	16(40.0)	4(10.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	10(20.4)	33(67.3)	4(8.2)	2(4.1)	49 (100)	
	การเกษตร	2(18.2)	9(81.8)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	6(21.4)	16(57.1)	6(21.4)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	90(31.6)	153(53.7)	38(13.3)	4(1.4)	285 (100)	

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 (Sig.)
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. การให้ ข้อมูลข่าวสาร อย่างสม่ำเสมอ	ข้าราชการ	46(29.3)	77(49.0)	34(21.7)	0(0.0)	157 (100)	22.829 [0.029]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	20(50.0)	14(35.0)	6(15.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	12(24.5)	25(51.0)	10(20.4)	2(4.1)	49 (100)	
	การเกษตร	2(18.2)	9(81.8)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	8(28.6)	14(50.0)	6(21.4)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	88(30.9)	139(48.8)	56(19.6)	2(0.7)	285 (100)	
3. การออก เดินตลาดพบ ลูกค้า	ข้าราชการ	28(17.8)	77(49.0)	50(31.8)	2(1.3)	157 (100)	33.978 [0.001]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	12(30.0)	20(50.0)	8(20.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	4(8.2)	37(75.5)	6(12.2)	2(4.1)	49 (100)	
	การเกษตร	0(0.0)	11(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	4(14.3)	18(64.3)	4(14.3)	2(7.1)	28 (100)	
	รวม	48(16.8)	163(57.2)	68(23.9)	6(2.1)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

6.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

6.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 20.210 และค่า p - value เท่ากับ 0.164 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 4.31)

6.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 24.234 และค่า p - value เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ (ตารางที่ 4.31)

6.4.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเงินตลาดพบลูกค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.714 และค่า p-value เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกเงินตลาดพบลูกค้าแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการออกเงินตลาดพบลูกค้า (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่า 10,000	18(24.7)	45(61.6)	10(13.7)	0(0.0)	73 (100)	20.210 [0.164]
	10,001-20,000	34(28.1)	63(52.1)	20(16.5)	4(3.3)	121 (100)	
	20,001-30,000	18(35.3)	29(56.9)	4(7.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	10(41.7)	12(50.0)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	90(31.6)	153(53.7)	38(13.3)	4(1.4)	285 (100)	
2. การให้ข้อมูล ข่าวสารอย่าง สม่ำเสมอ	ต่ำกว่า 10,000	18(24.7)	43(58.9)	12(16.4)	0(0.0)	73 (100)	24.234 [0.061]
	10,001-20,000	40(33.1)	51(42.1)	28(23.1)	2(1.7)	121 (100)	
	20,001-30,000	12(23.5)	31(60.8)	8(15.7)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	8(33.3)	12(50.0)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	0(0.0)	4(40.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	88(30.9)	139(48.8)	56(19.6)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. การออก เดินตลาดพบ ลูกค้า	ต่ำกว่า 10,000	10(13.7)	55(75.3)	6(8.2)	2(2.7)	73 (100)	27.714 [0.023]**
	10,001-20,000	18(14.9)	61(50.4)	38(31.4)	4(3.3)	121 (100)	
	20,001-30,000	8(15.7)	31(60.8)	12(23.5)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	6(25.0)	10(41.7)	8(33.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	4(40.0)	4(40.0)	2(20.0)	0(0.0)	10(100)	
	สูงกว่า 50,000	2(33.3)	2(33.3)	2(33.3)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	48(16.8)	163(57.2)	68(23.9)	6(2.1)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

7) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

7.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ

7.1.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.687 และค่า p - value เท่ากับ 0.430 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ (ตารางที่ 4.32)

7.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.210 และค่า p - value เท่ากับ 0.240 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติ (ตารางที่ 4.32)

7.1.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.814 และค่า p - value เท่ากับ 0.186 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า

ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำที่จำแนกตามกลุ่มเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ (ตารางที่ 4.32)

7.1.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.360 และค่า p - value เท่ากับ 0.501 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างของไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำที่จำแนกตามกลุ่มเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้าง (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. เอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ	ชาย	45(36.0)	64(51.2)	16(12.8)	0(0.0)	125 (100)	1.687 [0.430]
	หญิง	50(31.3)	94(58.8)	16(10.0)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	95(33.3)	158(55.4)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
2. ขั้นตอนการอนุมัติ	ชาย	41(32.8)	64(51.2)	18(14.4)	2(1.6)	125 (100)	4.210 [0.240]
	หญิง	52(32.5)	92(57.5)	16(10.0)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	93(32.6)	156(54.7)	34(11.9)	2(0.7)	285 (100)	
3. ระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ	ชาย	40(32.0)	63(50.4)	20(16.0)	2(1.6)	125 (100)	4.814 [0.186]
	หญิง	44(27.5)	96(60.0)	20(12.5)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	84(29.5)	159(55.8)	40(14.0)	2(0.7)	285 (100)	
4. การทำนิติกรรมสัญญา, การจ้าง	ชาย	30(24.0)	79(63.2)	16(12.8)	0(0.0)	125 (100)	2.360 [0.501]
	หญิง	38(23.8)	94(58.8)	26(16.3)	2(1.3)	160 (100)	
	รวม	68(23.9)	173(60.7)	42(14.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

7.2) จำแนกตามกลุ่มอายุ

7.2.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อของลูกค้ายุคตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.259 และค่า p - value เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุคทุกกลุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ (ตารางที่ 4.33)

7.2.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.048 และค่า p - value เท่ากับ 0.090 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุคทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติ (ตารางที่ 4.33)

7.2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติของลูกค้ายุคตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 16.889 และค่า p - value เท่ากับ 0.050 ซึ่งเท่ากับค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุคทุกกลุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ (ตารางที่ 4.33)

7.2.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา , การจ้างของลูกค้ายุคตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.893 และค่า p - value เท่ากับ 0.447 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา , การจ้างไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายุคทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้าง (ตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. เอกสาร ประกอบในการ ยื่นขอสินเชื่อ	21 – 30 ปี	26(36.6)	39(54.9)	6(8.5)	0(0.0)	71 (100)	14.259 [0.027]**
	31 – 40 ปี	26(23.6)	66(60.0)	18(16.4)	0(0.0)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	37(46.3)	37(46.3)	6(7.5)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	6(25.0)	16(66.7)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	95(33.3)	158(55.4)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
2. ขั้นตอนการ อนุมัติ	21 – 30 ปี	22(31.0)	43(60.6)	6(8.5)	0(0.0)	71 (100)	15.048 [0.090]
	31 – 40 ปี	34(30.9)	62(56.4)	14(12.7)	0(0.0)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	33(41.3)	37(46.3)	8(10.0)	2(2.5)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	4(16.7)	14(58.3)	6(25.0)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	93(32.6)	156(54.7)	34(11.9)	2(0.7)	285 (100)	
3. ระยะเวลาใน การทราบผลการ อนุมัติ	21 – 30 ปี	19(26.8)	48(67.6)	4(5.6)	0(0.0)	71 (100)	16.889 [0.050]**
	31 – 40 ปี	34(30.9)	56(50.9)	20(18.2)	0(0.0)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	27(33.8)	41(51.3)	10(12.5)	2(2.5)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	4(16.7)	14(58.3)	6(25.0)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	84(29.5)	159(55.8)	40(14.0)	2(0.7)	285 (100)	
4. การทำนิติ กรรมสัญญา, การจ้าง	21 – 30 ปี	19(26.8)	40(56.3)	12(16.9)	0(0.0)	71 (100)	8.893 [0.447]
	31 – 40 ปี	28(25.5)	68(61.8)	12(10.9)	2(1.8)	110 (100)	
	41 – 50 ปี	17(21.3)	47(58.8)	16(20.0)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	4(16.7)	18(75.0)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	68(23.9)	173(60.7)	42(14.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

7.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

7.3.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 23.619 และค่า p - value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ (ตารางที่ 4.34)

7.3.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.242 และค่า p - value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติ (ตารางที่ 4.34)

7.3.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 38.538 และค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ (ตารางที่ 4.34)

7.3.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา , การจ้างของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 57.286 และค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา , การจ้างแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ายกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา,การจ้าง (ตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. เอกสาร ประกอบในการ ยื่นขอสินเชื่อ	ข้าราชการ	52(33.1)	85(54.1)	20(12.7)	0(0.0)	157 (100)	23.619 [0.003]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	24(60.0)	16(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	9(18.4)	32(65.3)	8(16.3)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	4(36.4)	7(63.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	6(21.4)	18(64.3)	4(14.3)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	95(33.3)	158(55.4)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	
2. ขั้นตอนการ อนุมัติ	ข้าราชการ	46(29.3)	93(59.2)	16(10.2)	2(1.3)	157 (100)	27.242 [0.007]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	22(55.0)	18(45.0)	0(0.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	11(22.4)	26(53.1)	12(24.5)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	4(36.4)	7(63.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	10(35.7)	12(42.9)	6(21.4)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	93(32.6)	156(54.7)	34(11.9)	2(0.7)	285 (100)	
3. ระยะเวลาใน การทราบผลการ อนุมัติ	ข้าราชการ	38(24.2)	95(60.5)	22(14.0)	2(1.3)	157 (100)	38.538 [0.000]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	26(65.0)	12(30.0)	2(5.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	7(14.3)	30(61.2)	12(24.5)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	3(27.3)	8(72.7)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	10(35.7)	14(50.0)	4(14.3)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	84(29.5)	159(55.8)	40(14.0)	2(0.7)	285 (100)	

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
3. ระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ	ข้าราชการ	38(24.2)	95(60.5)	22(14.0)	2(1.3)	157 (100)	38.538 [0.000]**
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	26(65.0)	12(30.0)	2(5.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง	7(14.3)	30(61.2)	12(24.5)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	3(27.3)	8(72.7)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่น ๆ	10(35.7)	14(50.0)	4(14.3)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม	84(29.5)	159(55.8)	40(14.0)	2(0.7)	285 (100)	
	4. การทำนิติกรรมด้านสัญญา, การจ้าง	ข้าราชการ	28(17.8)	101(64.3)	28(17.8)	0(0.0)	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		22(55.0)	18(45.0)	0(0.0)	0(0.0)	40 (100)	
พนักงาน บริษัทเอกชน/ รับจ้าง		13(26.5)	24(49.0)	12(24.5)	0(0.0)	49 (100)	
การเกษตร		1(9.1)	10(90.9)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
อื่น ๆ		4(14.3)	20(71.4)	2(7.1)	2(7.1)	28 (100)	
รวม		68(23.9)	173(60.7)	42(14.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

7.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้

7.4.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 12.606 และค่า p - value เท่ากับ 0.247 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ (ตารางที่ 4.35)

7.4.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 25.133 และค่า p - value เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติ (ตารางที่ 4.35)

7.4.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.969 และค่า p - value เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ (ตารางที่ 4.35)

7.4.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างของของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 30.980 และค่า p - value เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างแตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้านักทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้าง (ตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. เอกสารประกอบในการยื่นขอสินเชื่อ	ต่ำกว่า 10,000	26(35.6)	39(53.4)	8(11.0)	0(0.0)	73 (100)	12.606 [0.247]
	10,001-20,000	35(28.9)	72(59.5)	14(11.6)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	16(31.4)	25(49.0)	10(19.6)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	10(41.7)	14(58.3)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	4(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	2(33.3)	4(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	95(33.3)	158(55.4)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
2. ขั้นตอนการ อนุมัติ	ต่ำกว่า 10,000	22(30.1)	43(58.9)	8(11.0)	0(0.0)	73 (100)	25.133 [0.048]**
	10,001-20,000	31(25.6)	76(62.8)	14(11.6)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	22(43.1)	21(41.2)	6(11.8)	2(3.9)	51 (100)	
	30,001-40,000	10(41.7)	12(50.0)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	2(33.3)	2(33.3)	2(33.3)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	93(32.6)	156(54.7)	34(11.9)	2(0.7)	285 (100)	
3. ระยะเวลาใน การทราบผลการ อนุมัติ	ต่ำกว่า 10,000	19(26.0)	46(63.0)	8(11.0)	0(0.0)	73 (100)	27.969 [0.022]**
	10,001-20,000	33(27.3)	72(59.5)	16(13.2)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	12(23.5)	27(52.9)	10(19.6)	2(3.9)	51 (100)	
	30,001-40,000	10(41.7)	10(41.7)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	4(40.0)	0(0.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	0(0.0)	2(33.3)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	84(29.5)	159(55.8)	40(14.0)	2(0.7)	285 (100)	
4. การทำนิติ กรรมด้านสัญญา, การจ้าง	ต่ำกว่า 10,000	17(23.3)	48(65.8)	6(8.2)	2(2.7)	73 (100)	30.980 [0.009]**
	10,001-20,000	27(22.3)	74(61.2)	20(16.5)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	12(23.5)	25(49.0)	14(27.5)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	4(16.7)	20(83.3)	0(0.0)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	2(33.3)	4(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	68(23.9)	173(60.7)	42(14.7)	2(0.7)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

8) ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร

8.1) จำแนกตามกลุ่มเพศ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.273 และค่า p - value เท่ากับ 0.195 ซึ่งมากกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมไม่แตกต่างกัน กล่าวคือลูกค้าที่จำแนกตามกลุ่มเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร (ตารางที่ 4.36)

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคารอยู่แล้ว	ชาย	48(38.4)	67(53.6)	10(8.0)	0(0.0)	125 (100)	3.273 [0.195]
	หญิง	66(41.3)	72(45.0)	22(13.8)	0(0.0)	160 (100)	
	รวม	114(40.0)	139(48.8)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

8.2) **จำแนกตามกลุ่มอายุ** ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.035 และค่า p-value เท่ากับ 0.419 ซึ่งมากกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร (ตารางที่ 4.37)

ตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคารอยู่แล้ว	21 - 30 ปี	28(39.4)	39(54.9)	4(5.6)	0(0.0)	71 (100)	6.035 [0.419]
	31 - 40 ปี	40(36.4)	56(50.9)	14(12.7)	0(0.0)	110 (100)	
	41 - 50 ปี	34(42.5)	34(42.5)	12(15.0)	0(0.0)	80 (100)	
	51 ปีขึ้นไป	12(50.0)	10(41.7)	2(8.3)	0(0.0)	24 (100)	
	รวม	114(40.0)	139(48.8)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

8.3) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 22.718 และค่า p - value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าค่า p - value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมแตกต่างกัน กล่าวคือลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร (ตารางที่ 4.38)

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคารอยู่แล้ว	ข้าราชการ	59(37.6)	84(53.5)	14(8.9)	0(0.0)	157 (100)	22.718 [0.004]**
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26(65.0)	8(20.0)	6(15.0)	0(0.0)	40 (100)	
	พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	15(30.6)	24(49.0)	10(20.4)	0(0.0)	49 (100)	
	การเกษตร	4(36.4)	7(63.6)	0(0.0)	0(0.0)	11 (100)	
	อื่นๆ	10(35.7)	16(57.1)	2(7.1)	0(0.0)	28 (100)	
	รวม		114(40.0)	139(48.8)	32(11.2)	0(0.0)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

8.4) จำแนกตามกลุ่มรายได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 26.170 และค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่าค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมแตกต่างกัน กล่าวคือลูกค้าทุกกลุ่มรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร (ตารางที่ 4.39)

ตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อด้านการเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้	ระดับความสำคัญ				รวม	χ^2 [Sig.]
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี ความสำคัญ		
1. การเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคารอยู่แล้ว	ต่ำกว่า 10,000	24(32.9)	39(53.4)	10(13.7)	0(0.0)	73 (100)	26.170 [0.004]**
	10,001-20,000	43(35.5)	68(56.2)	10(8.3)	0(0.0)	121 (100)	
	20,001-30,000	19(37.3)	26(51.0)	6(11.8)	0(0.0)	51 (100)	
	30,001-40,000	18(75.0)	2(8.3)	4(16.7)	0(0.0)	24 (100)	
	40,001-50,000	6(60.0)	2(20.0)	2(20.0)	0(0.0)	10 (100)	
	สูงกว่า 50,000	4(66.7)	2(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	6 (100)	
	รวม	114(40)	139(48.8)	32(11.2)	0(0.0)	285 (100)	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **Significance at 0.05 , ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

ตารางที่ 4.40 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านานาชาติกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ กับข้อมูลทั่วไป

ปัจจัย	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้
1. ด้านราคา				
1.1 อัตราดอกเบี้ย	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
1.2 ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
2. การให้บริการของพนักงาน				
2.1 ความอึดอึ้งแจ่มใส ให้บริการด้วยความเป็นกันเอง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2.2 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2.3 ความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการให้บริการ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2.4 การแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง
3. ความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร				
3.1 เป็นธนาคารของรัฐ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง
3.2 เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
4. ด้านผลิตภัณฑ์				
4.1 ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
4.2 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
4.3 วัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
4.4 ความสะดวกในการชำระหนี้	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
5. ด้านสถานที่				
5.1 อยู่ในแหล่งชุมชน	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
5.2 สถานที่จอดรถสะดวก	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
5.3 การตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายในและภายนอก	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ปัจจัย	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
6.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
6.2 การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
6.3 การออกเดินตลาดพบลูกค้า	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
7. ด้านกระบวนการให้บริการ				
7.1 เอกสารประกอบในการยื่นขอกู้	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
7.2 ขั้นตอนการอนุมัติ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
7.3 ระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
7.4 การทำนิติกรรมสัญญา, การจำนอง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
8. การเป็นลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคาร	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จากการสอบถามจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างซึ่งวัดระดับความพึงพอใจ ด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ลูกค้าตอบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ปานกลาง น้อย และไม่มีความพึงพอใจ โดยให้คะแนนเป็น 4 , 3 , 2 และ 1 ตามลำดับ จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ย ผลของค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.26 - 4.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก ระหว่าง 2.51 - 3.25 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ระหว่าง 1.76 - 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย และระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ไม่มีความพึงพอใจ ซึ่งผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.40)

1) ด้านราคา ประกอบด้วยอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

1.1) อัตราดอกเบี้ย หมายถึง อัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้าตามประกาศของธนาคาร ซึ่งในแต่ละประเภทสินเชื่อมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

1.2) ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ หมายถึง อัตราค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้า เช่น ค่าธรรมเนียมจัดการเงินกู้ ค่าธรรมเนียมปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนกำหนด และค่าประเมินราคาหลักทรัพย์ประกัน เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

2) ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ และวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ

2.1) ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อที่ให้กู้ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

2.2) วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

2.3) วัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.13

3) ด้านการให้บริการของพนักงาน ประกอบด้วย ความยิ้มแย้มแจ่มใบบริการด้วยความเป็นกันเอง พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การแนะนำและเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการ และการใช้วาจาสุภาพบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย

3.1) ความยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความเป็นกันเอง เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

3.2) พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

3.3) ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

3.4) การแนะนำและเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการ เมื่อพิจารณาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

3.5) การใช้เวลาจากสภาพ บุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

4) ด้านสถานที่ ประกอบด้วย สถานที่จอดรถ การตกแต่งอาคารสำนักงาน ความสะอาดของอาคารสำนักงาน การบริการด้านอื่น ๆ

4.1) สถานที่จอดรถ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

4.2) ความสะอาดของอาคารสำนักงาน เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

4.3) การตกแต่งอาคารสำนักงาน เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

4.4) การบริการด้านอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับน้อย มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

5) ด้านกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย เอกสารประกอบในการยื่นขอกู้ ขั้นตอนการอนุมัติ ระยะเวลาในการอนุมัติ การแจ้งผลการอนุมัติ การทำนิติกรรมสัญญา, จำนอง การติดตามผลหลังจากทำนิติกรรมสัญญาและจ่ายเงินกู้แล้ว

5.1) เอกสารประกอบในการยื่นขอกู้ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

5.2) ขั้นตอนการอนุมัติ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

5.3) ระยะเวลาในการอนุมัติ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

5.4) การแจ้งผลการอนุมัติ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.08

5.5) การทำนิติกรรมสัญญา,การ จำนอง เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

5.6) การติดตามผลหลังจากทำนิติกรรมสัญญาและจ่ายเงินกู้แล้ว เมื่อพิจารณาจากค่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อจำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ตารางที่ 4.41 ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ	
1. ด้านราคา					
1.1 อัตราดอกเบี้ย	92 (32.3)	157 (55.1)	36 (12.6)	0 (0.0)	285 [3.20] ปานกลาง
1.2 ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ	87 (30.5)	156 (54.7)	40 (14.0)	2 (0.7)	285 [3.15] ปานกลาง
2. ด้านผลิตภัณฑ์					
2.1 ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ ที่ให้กู้	91 (31.9)	162 (56.8)	32 (11.2)	0 (0.0)	285 [3.21] ปานกลาง
2.2 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	73 (25.6)	168 (58.9)	42 (14.7)	2 (0.7)	285 [3.09] ปานกลาง
2.3 วัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ	78 (27.4)	165 (57.9)	42 (14.7)	0 (0.0)	285 [3.13] ปานกลาง
3. ด้านการให้บริการของพนักงาน					
3.1 ความยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความ เป็นกันเอง	111 (38.9)	130 (45.6)	40 (14.0)	4 (1.4)	285 [3.22] ปานกลาง
3.2 พนักงานมีความรู้ความสามารถและ ความชำนาญ	121 (42.5)	132 (46.3)	30 (10.5)	2 (0.7)	285 [3.31] มาก
3.3 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	105 (36.8)	132 (46.3)	46 (16.1)	2 (0.7)	285 [3.19] ปานกลาง

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ	
3.4 การแนะนำและเสนอผลิตภัณฑ์ได้ ตรงกับความต้องการ	91 (31.9)	151 (53.0)	43 (15.1)	0 (0.0)	285 [3.17] ปานกลาง
3.5 ใช้วาจาสุภาพ บุคลิกภาพดี แต่งกาย เรียบร้อย	123 (43.2)	117 (41.1)	43 (15.1)	2 (0.7)	285 [3.27] มาก
4. ด้านสถานที่					
4.1 สถานที่จอดรถสะดวก	137 (48.1)	108 (37.9)	40 (14.0)	0 (0.0)	285 [3.34] มาก
4.2 การตกแต่งอาคารสำนักงานที่มี ความสวยงามทันสมัย	116 (40.7)	125 (43.9)	42 (14.7)	2 (0.7)	285 [3.25] ปานกลาง
4.3 ความสะอาดของอาคารสำนักงาน ห้องน้ำ	100 (35.1)	143 (50.2)	138 (13.3)	4 (1.4)	285 [3.19] ปานกลาง
4.4 การบริการด้านอื่น ๆ เช่น น้ำดื่ม	96 (33.7)	142 (49.8)	45 (15.8)	2 (0.7)	285 [3.16] ปานกลาง
5. ด้านกระบวนการให้บริการ					
5.1 เอกสารประกอบในการยื่นขอผู้	88 (30.9)	167 (58.6)	30 (10.5)	0 (0.0)	285 [3.20] ปานกลาง
5.2 ขั้นตอนการอนุมัติ	66 (23.2)	173 (60.7)	44 (15.4)	2 (0.7)	285 [3.06] ปานกลาง
5.3 ระยะเวลาในการอนุมัติ	68 (23.9)	164 (57.5)	51 (17.9)	2 (0.7)	285 [3.05] ปานกลาง

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				รวม ค่าเฉลี่ย ระดับ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ	
5.4 การแจ้งผลการอนุมัติ	68 (23.9)	174 (61.1)	41 (14.4)	2 (0.7)	285 [3.08] ปานกลาง
5.5 การทำนิติกรรมสัญญา, จำนอง	62 (21.8)	167 (58.6)	54 (18.9)	2 (0.7)	285 [3.01] ปานกลาง
5.6 การติดตามผลหลังจากทำนิติกรรมสัญญาและจ่ายเงินกู้แล้ว	54 (18.9)	175 (61.4)	52 (18.2)	4 (1.4)	285 [2.98] ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : ตัวเลขใน () เป็นร้อยละ

ในการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยที่ถูกค่าให้ระดับความสำคัญมากเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และอันดับที่ 5 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 (ตารางที่ 4.42)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของความพึงพอใจในการเลือกใช้
บริการสินเชื่อของลูกค้านานาชาติกรุงไทยโดยรวม ในเขตอำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่

อันดับ	ปัจจัย	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	ปัจจัยด้านสถานที่	3.24	ปานกลาง	0.71
2	ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน	3.23	ปานกลาง	0.71
3	ปัจจัยด้านราคา	3.17	ปานกลาง	0.66
4	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.14	ปานกลาง	0.63
5	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.06	ปานกลาง	0.64

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ