

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์
ข้าราชการธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

นางสาวศรรัตน์ จาระวรรณ



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2561

**Factors Related to Decision to Use Government Multi-purpose Credit
of Krung Thai Bank in Yala Province**

Miss Sararat Jarawan



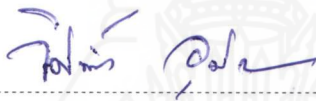
An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2018

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภท
ข้าราชการธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
ชื่อและนามสกุล นางสาวศรารัตน์ จาระวรรณ
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วิศนันท์ อุปรมย์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2562

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิศนันท์ อุปรมย์)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.บริบูรณ์ ปิ่นประยงค์)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนอกระบบ
ข้าราชการธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ผู้ศึกษา นางสาวศรารัตน์ จาระวรรณ **รหัสนักศึกษา** 2603001781 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วิศนันท อูปรมย์ **ปีการศึกษา** 2561

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือก
ใช้สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการ ของธนาคารกรุงไทย (2) ศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการของธนาคารกรุงไทย (3) ศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการของธนาคาร
กรุงไทย และ (4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบน
อกระบบข้าราชการ ของธนาคารกรุงไทย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าสินเชื่อบน
อกระบบข้าราชการของธนาคารกรุงไทย ในจังหวัดยะลา จำนวน 2,655 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
โดยใช้วิธีของทาโร ยามาเน่ ได้จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้
คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
และการวิเคราะห์ไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า (1) ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี
สถานภาพโสด วุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพข้าราชการ สังกัดสำนักงาน
ตำรวจแห่งชาติ มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการ (2) ระดับความสำคัญ
ของส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการธนาคารกรุงไทย อยู่ในระดับมากที่สุด (3) ปัจจัย
ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการ ธนาคารกรุงไทย คือ ปัจจัย
ด้านเพศ สถานภาพ การศึกษา หน่วยงานต้นสังกัด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิก
ในครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 และ (4) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการ ธนาคารกรุงไทย คือด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ สินเชื่อบนอกระบบข้าราชการธนาคารกรุงไทย

Independent Study title: Factors Related to Decision to Use Government Multi-purpose Credit of Krung Thai Bank in Yala Province

Author: Miss Sararat Jarawan; **ID:** 2603001781;

Degree: Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Dr. Wissanan Ouparamai; **Academic year:** 2018

Abstract

The objective of this study were (1) to study the personal characteristics effecting the selection of using the Government Multi-purpose Credit of Krung Thai Bank; (2) to study the level of marketing mix that affecting the selection of using the Government Multipurpose Credit of Krung Thai Bank; (3) to study the relationship between personal factors and factors affecting the selection of using the Government Multipurpose Credit of Krung Thai Bank; and (4) to study marketing mix factors related to decision making factors of using the Government Multipurpose Credit of Krung Thai Bank.

The population of this quantitative research were 2,655 government officials who were the customer Government Multi-purpose Credit of Krung Thai Bank in Yala province. The 400 samples were selected by using Taro Yamane formula with the convenience sampling. A constructed questionnaire was used as a tool to collect data. The statistics employed for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and Chi-Square.

The results of this study revealed that (1) most of the respondents are male, 20 - 30 years old, single, educational background of high school or higher, working as government officials under the Royal Thai Police effecting the selection of using the Government Multi-purpose Credit; (2) the importance level of marketing mix in terms of price and distribution channel had significant decision-making to use the Government Multipurpose Credit of Krung Thai Bank was at the highest level; (3) gender, status, education, affiliation department, average monthly income and number of family members factors related to the relationship of government officials using the Government Multipurpose Credit of Krung Thai Bank at the significant level of 0.05; and (4) marketing promotion and price factors related to the decision to use the Government Multipurpose Credit of Krung Thai Bank with a statistical significance of 0.05.

Keywords: Multi-purpose Credit, Government official, Krung Thai Bank

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก อาจารย์ ดร.วิศนันท อนุภักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาที่มีคุณค่า ช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.บริบูรณ์ ปิ่นประยงค์ ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติมในการสอบวิจัย และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเพื่อการวิจัย และได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อเสนอแนะแนวทางต่างๆ ในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของเครื่องมือวิจัย อีกทั้งยังให้ข้อมูลคำแนะนำอันมีค่าแก่งานวิจัยในครั้งนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในแขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา ที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับผู้วิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการติดต่อข้อมูลต่างๆ ของสาขาวิชาวิทยาการจัดการ ตลอดจนเพื่อนๆ วจ.รุ่น 17 ที่ได้ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งตลอดระยะเวลาการศึกษา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านผู้จัดการสาขา พี่ๆ เพื่อนๆ พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขายะลาและสำนักงานเขตยะลา ทุกท่านที่สนับสนุนและสละเวลาอันมีค่า คอยให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้ความรัก กำลังใจ รวมทั้งพระคุณครู อาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนชี้แนะแนวทางที่ดี และมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ศรารัตน์ จาระวรรณ

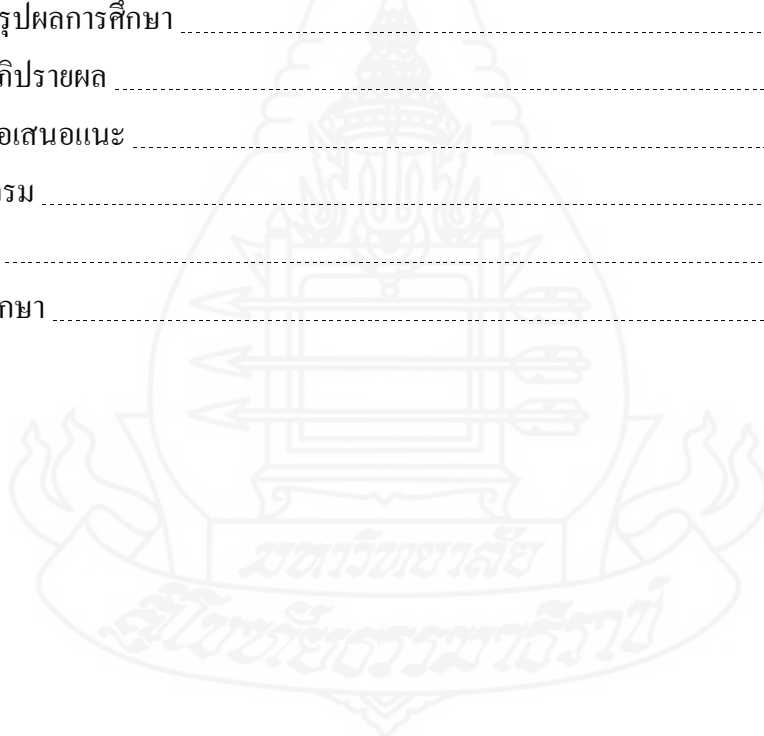
มิถุนายน 2562

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
กรอบแนวคิดการศึกษา	3
สมมติฐานการศึกษา	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	7
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	13
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	15
ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อบริการประสงค้ข้าราชการฯ	20
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่จังหวัดยะลา	37
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตรายราย ๗ ธนาคารกรุงไทย	45
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	46
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
สรุปผลการศึกษา	112
อภิปรายผล	117
ข้อเสนอแนะ	120
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก	125
ประวัติผู้ศึกษา	133



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	33
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	33
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	34
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	34
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหน่วยงานต้นสังกัด	35
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	35
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	36
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัว	36
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุง ไทย จังหวัดยะลา	37
ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	38
ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านราคา	39
ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	40
ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านการส่งเสริมการตลาด	41
ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	43
ตารางที่ 4.16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านกระบวนการให้บริการ	44
ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา	45
ตารางที่ 4.18 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้	47
ตารางที่ 4.19 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร	47
ตารางที่ 4.20 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น	48
ตารางที่ 4.21 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น	48
ตารางที่ 4.22 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก	49
ตารางที่ 4.23 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร	50
ตารางที่ 4.25 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น	51
ตารางที่ 4.26 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้	52
ตารางที่ 4.27 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร	53
ตารางที่ 4.28 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น	54
ตารางที่ 4.29 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น	55
ตารางที่ 4.30 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าเลือก	56
ตารางที่ 4.31 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน	57
ตารางที่ 4.32 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.33	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป 59
ตารางที่ 4.34	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ 60
ตารางที่ 4.35	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร 61
ตารางที่ 4.36	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น 62
ตารางที่ 4.37	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น 63
ตารางที่ 4.38	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก 64
ตารางที่ 4.39	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการบริการที่ดีของพนักงาน 65
ตารางที่ 4.40	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร 66

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.41	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น	67
ตารางที่ 4.42	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสูงสุดที่ธนาคารให้ได้	68
ตารางที่ 4.43	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร	69
ตารางที่ 4.44	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น	70
ตารางที่ 4.45	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น	71
ตารางที่ 4.46	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก	72
ตารางที่ 4.47	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน	73
ตารางที่ 4.48	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.49	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป	75
ตารางที่ 4.50	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้	76
ตารางที่ 4.51	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร	77
ตารางที่ 4.52	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น	78
ตารางที่ 4.53	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น	79
ตารางที่ 4.54	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก	80
ตารางที่ 4.55	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการบริการที่ดีของพนักงาน	81
ตารางที่ 4.56	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.57	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่องวดไม่สูงเกินไป 83
ตารางที่ 4.58	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ 84
ตารางที่ 4.59	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร 85
ตารางที่ 4.60	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น 86
ตารางที่ 4.61	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น 87
ตารางที่ 4.62	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก 88
ตารางที่ 4.63	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน 89
ตารางที่ 4.64	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร 90

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.65	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่องวดไม่สูงเกินไป 91
ตารางที่ 4.66	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ 92
ตารางที่ 4.67	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร 93
ตารางที่ 4.68	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารอื่น 94
ตารางที่ 4.69	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น 95
ตารางที่ 4.70	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก 96
ตารางที่ 4.71	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน 97
ตารางที่ 4.72	ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร 98

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.73 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป	99
ตารางที่ 4.74 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้	100
ตารางที่ 4.75 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร	101
ตารางที่ 4.76 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น	102
ตารางที่ 4.77 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น	103
ตารางที่ 4.78 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก	104
ตารางที่ 4.79 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน	105
ตารางที่ 4.80 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
<p>ตารางที่ 4.81 ค่าโคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่องวดไม่สูงเกินไป</p>	107
<p>ตารางที่ 4.82 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา</p>	109



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา	3
ภาพที่ 2.1 ทฤษฎี S-R Model ทางด้านจิตวิทยา	11
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองกล่องดำสำหรับผู้บริโภคบุคคล	12



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล มีลักษณะของพฤติกรรมต่างๆ กัน และจะเป็นตัวบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละแบบ ทั้งพฤติกรรมในการเข้าสังคม ในการบริโภค ในการหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ ใ้เวลาว่าง และการแต่งตัว ล้วนเป็นส่วนประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต เงินจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบที่แต่ละบุคคลต้องการ เงินอาจได้มาจากการทำงาน การรับจ้าง หรือการหยิบยืมจากเพื่อน จากคนในครอบครัว หรือจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน ฯลฯ

ปัจจุบันรัฐบาลใช้สถาบันการเงินเพื่อปล่อยสินเชื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สินเชื่อเป็นเสมือนน้ำมันหล่อเลี้ยงให้ระบบเศรษฐกิจเติบโตและขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านผู้บริโภค ทางด้านธุรกิจ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ สินเชื่อช่วยรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ทั้งในกรณีที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัญหาต่างๆ ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาวะการว่างงาน ความล้มเหลวทางธุรกิจ หรือเป็นกรณีที่ภาวะเศรษฐกิจเติบโตรวดเร็วอันนำไปสู่ภาวะเงินเฟ้อ โดยรัฐบาลพยายามจะช่วยรักษาความแตกต่างนี้ด้วยนโยบายการเงินและการคลัง ในปัจจุบันจึงมีสถาบันการเงินหลายแห่ง ให้บริการสินเชื่อ ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจการให้สินเชื่อค่อนข้างสูง สถาบันการเงินได้มองเห็นถึงความสำคัญของลูกค้ามากยิ่งขึ้น จึงออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินมาเพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้กับลูกค้าที่ต้องการ เพื่อนำเงินไปใช้ในการเพิ่มสภาพคล่องให้กับตัวเอง ซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ออกมานั้น มีลักษณะที่คล้ายกันมาก โดยจะจำแนกออกไปตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ เช่น สินเชื่อธุรกิจ สำหรับลงทุนในธุรกิจ สินเชื่อบุคคลสำหรับลูกค้าทั่วไป สินเชื่อที่อยู่อาศัย เพื่อซื้อบ้าน คอนโด หรือที่พักอาศัย เป็นต้น

สินเชื่ออเนกประสงค์ หมายถึง สินเชื่อที่ลูกค้าแต่ละบุคคลสามารถนำไปใช้จ่ายอุปโภคบริโภค หรือใช้จ่ายใดๆ ได้ตามวัตถุประสงค์ของตนเอง ปัจจุบันธนาคารกรุงไทย ในพื้นที่จังหวัดยะลา มีสาขาที่ให้บริการสินเชื่อจำนวน 6 สาขา แบ่งเป็นสาขานอกเขตอ.เมืองยะลา จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขายะหา สาขารามัน และสาขานันังस्ता และสาขาภายในเขตเมืองยะลา จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาสิโรรส ยะลา และ โคลิเซียมซินิเพล็กซ์ ยะลา มีข้าราชการที่มีเงินเดือนกับธนาคาร

จำนวน 145 หน่วยงาน 17,285 บัญชี (ที่มา:รายงาน KTB BiZ at Branch, 2562) เมื่อเทียบจำนวนลูกค้าสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ กับจำนวนข้าราชการที่มีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยในพื้นที่อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ยังมีจำนวนสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ คิดเป็น 6.51 % ซึ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่สิ่งที่ธนาคารยังต้องระมัดระวังควบคู่กับการขยายสินเชื่อคือ การที่ภาระหนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น ทำให้ต้องมีการเข้มงวดในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมากขึ้น ซึ่งทำการปล่อยสินเชื่อเริ่มปล่อยได้ยากขึ้นด้วย ดังนั้น ธนาคารจึง ต้องมีกลยุทธ์ในการเลือกผู้ให้บริการที่ดี โดยเลือกผู้ให้บริการกลุ่มที่มีความสามารถในการชำระหนี้คืนได้ และไม่มีภาระหนี้สินมากเกินไป

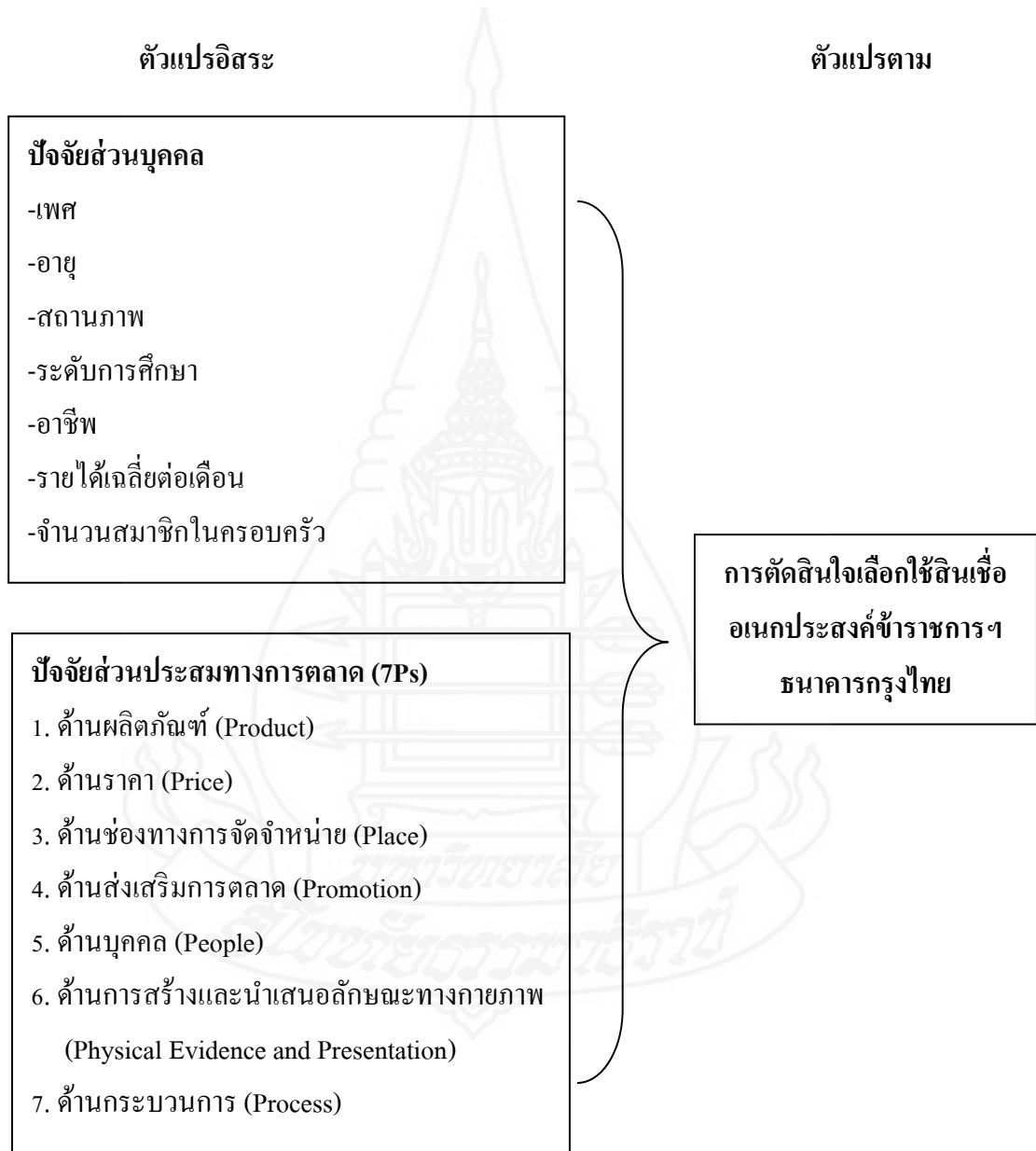
ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งหาคำตอบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ที่จะช่วยให้ผู้บริหารและผู้ให้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ของธนาคารกรุงไทย สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ตลอดจนบรรลุเป้าหมายขององค์กรในด้านสินเชื่อ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จากลูกค้าข้าราชการที่มีเงินเดือนอยู่กับธนาคาร เพื่อศักยภาพในการเติบโต อย่างมั่นคงต่อไปในอนาคต รวมถึงการเข้าไปแข่งขันและแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากธนาคารพาณิชย์อื่น

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการ ของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการ ของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
- 2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา” มีกรอบแนวคิดในการค้นคว้าอิสระ ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ที่แตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มข้าราชการที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์กับธนาคารกรุงไทย จำนวน 6 สาขา คือ สาขายะลา สาขาสิโรธร สาขาโคโลจีเซียม ซินีเพล็กซ์ฯ บันนังสตา รามัน ยะหา) แบ่งเป็นภายในเขตอำเภอเมือง จำนวน 3 สาขา (ยะลา สาขาสิโรธร สาขาโคโลจีเซียม ซินีเพล็กซ์ฯ) มีลูกค้าสินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ จำนวน 1,660 คน และสาขานอกเขตอำเภอเมือง จำนวน 3 สาขา (บันนังสตา รามัน ยะหา) มีลูกค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ จำนวน 995 คน รวมเป็นจำนวน 2,655 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยใช้วิธีคำนวณจากสูตร (Taro Yamane) จากประชากรทั้งหมด 2,655 ราย ให้ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ เท่ากับ 0.05 คำนวณตามสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2,655}{1 + 2,655 \times 0.05}$$

$$n = 400 \text{ ราย}$$

จะได้จำนวนตัวอย่างได้ 400 ราย การเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (CONVENIENCE SAMPLING)

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 **ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว

6.2 **สินเชื่อเนกประสงค์** หมายถึง สินเชื่อที่ผู้กู้สามารถนำเงินที่ได้จากการกู้ไปใช้จ่าย เนกประสงค์ตามความต้องการ เช่น เพื่อการอุปโภคบริโภค การชำระหนี้ การใช้จ่ายส่วนตัว เป็นต้น

6.3 **ข้าราชการ** หมายถึง ผู้ปฏิบัติราชการในส่วนราชการ หรือบุคคลซึ่งรับราชการ โดยได้รับเงินเดือนจากเงินงบประมาณรายจ่ายหมวดเงินเดือน เช่น ข้าราชการพลเรือน ข้าราชการ การเมือง ข้าราชการครู ข้าราชการตำรวจ ข้าราชการตุลาการ ข้าราชการอัยการ เป็นต้น โดยข้าราชการ ในที่นี้หมายถึงผู้ที่มีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย เท่านั้น

6.4 **ผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ กับธนาคารกรุงไทย** หมายถึง ผู้ที่เคยใช้ หรือผู้ที่อยู่ระหว่างการผ่อนชำระสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ กับธนาคารกรุงไทย

6.5 **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ กับธนาคารกรุงไทย โดยใช้หลัก 7P ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process)

6.6 **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์** หมายถึง สิ่งที่เป็นแรงจูงใจทำให้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ สอดคล้องกับการศึกษาของ เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) โดยแบ่งเป็น 8 ด้าน ได้แก่ วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ค่าธรรมเนียม การให้บริการอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูง รวดเร็วในการดำเนินการ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ระยะเวลาในการผ่อนชำระ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร และยังเป็นประโยชน์ กับสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ ดังนี้

7.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

7.2 เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

7.3 บุคลากรหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย สามารถนำผลจากการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย ไปปรับใช้ในการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล รวมทั้งสามารถรักษฐานลูกค้ารายเดิมของธนาคาร ให้มีความจงรักภักดีและใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอย่างยาวนานต่อเนื่อง รวมถึงเพิ่มผู้ใช้บริการรายใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น

7.4 เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจ ในการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจะนำเสนอในหัวข้อ ต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
4. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
5. ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อบริการประสงค้ำาราชการฯ
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

อภิชัย อภิรัตน์พิมลชัย (2561) กล่าวว่า การพิจารณาการแบ่งส่วนตลาดตามเกณฑ์ประชากรศาสตร์หรือเกณฑ์ตัวแปรส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ ขนาดครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และสัญชาติ ส่งผลต่อความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้ของผู้บริโภค ตัวแปรนี้มีความง่ายและสะดวกต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ช่วยให้เห็นถึงขนาดของเป้าหมายที่สำคัญ และสื่อที่เข้าถึงอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น จะมีการจำหน่ายสินค้าคือเสื้อผ้าซึ่งเป็นเครื่องแบบนักเรียน นักศึกษา โดยจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นถูกออกแบบและจำหน่ายตามช่วงอายุที่อยู่ในระดับการเรียนชั้นเรียนต่างๆ เช่น อนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 41) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1) เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคลคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย เพศเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

2) อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อยกว่า มักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างมากกว่า ลักษณะการใช้สื่อก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสื่อได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ จนกว่าจะมีข้อมูลหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อย มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4) รายได้ (Income) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้อาจจะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปร ที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาด ส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจจะต้องเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพพร้อมกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, น 41-42) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้หลักด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย

1) อายุ (Age) ผลิตกัณฑ์แต่ละประเภทจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย เช่น วัยรุ่นมักจะสนใจสินค้าตามสมัยนิยม ส่วนผู้สูงอายุมักจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น

2) เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกันในอดีต ผู้หญิงจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ประเภทครีมบำรุงผิว น้ำหอม ครีมเปลี่ยนสีผม ยาระงับกลิ่นกาย แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสินค้าเหล่านี้เจริญเติบโตสูงมากในส่วนตลาดชาย

3) วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle) แนวความคิดนี้ยึดหลักว่าครอบครัวส่วนใหญ่จะผ่านขั้นตอน 3 ขั้นตอนคือ ขั้นการสร้างครอบครัว ขั้นเจริญเติบโต และ ขั้นสุดท้าย เช่น คู่รักที่เพิ่งแต่งงานมักจะต้องการบ้านขนาดเล็ก ตลอดจนรถยนต์ขนาดเล็ก ครอบครัวที่มีบุตรหลายคน จะมีความต้องการบ้านและรถยนต์ขนาดใหญ่สำหรับครอบครัว ส่วนครอบครัวที่มีบุตรยังเล็กอยู่จะต้องการผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น ผ้าอ้อม นมผง เป็นต้น

4) รายได้ (Income) โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่มีรายได้อ่อนกลางและมีรายได้น้อยจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า สินค้าและบริการที่นิยมใช้การแบ่งส่วนตลาดตามรายได้ ได้แก่ บ้าน รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และการท่องเที่ยว เป็นต้น

5) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีกว่าและมีราคาที่สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

6) อาชีพ (Occupation) บุคคลในแต่ละสาขาอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น นักธุรกิจ ต้องการรถยนต์ที่ดูดีมีระดับ เช่น เบนซ์ (Benz) ผู้ใช้แรงงานต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน และอาหาร เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อจะได้จัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้ อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้การศึกษา อาชีพ และรายได้นั้น มักจะมีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักจะมีอาชีพการงานที่ดี มีรายได้สูง ส่วนบุคคลที่มีการศึกษาน้อย โอกาสที่จะมีอาชีพการงานในระดับสูงนั้นย่อมเป็นไปได้ยาก จึงมีรายได้น้อย

จากแนวคิดตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อเนกประสงค์ชำระชำระฯ ธนาคารกรุงไทย สามารถนำไปกำหนดการตัดสินใจในการใช้สินค้าเชื่อเนกประสงค์ได้

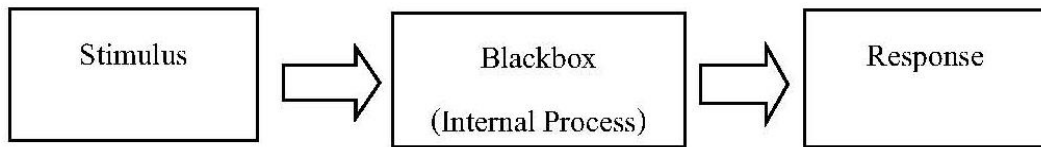
2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2560, น. 124-125) อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999) Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอนั้น ใครคือผู้บริโภค (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ซื้ออย่างไร (How?) ซื้อเมื่อไร (When?) ซื้อที่ไหน (Where?) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งการศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดได้ ความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อที่จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แม้จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

อโนทัย งามวิชัยกิจและคณะ (2561, น. 2-20) อ้างอิงจาก (Mehrabian and Russell, 1974) ได้ให้ความหมาย แบบจำลองกล่องดำ (Blackbox Model) ว่า แบบจำลองที่เสนอความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้บริโภคอันเปรียบเสมือนกล่องดำในตัวผู้บริโภคแต่ละบุคคลที่นักการตลาดไม่อาจทราบหรือคาดคะเนได้แน่ชัด เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้นผู้บริโภคที่เกิดจากปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน เป็น Input ผู้บริโภคจะเกิดการคิดการรู้สึกลึกซึ้งอย่างไรอันเป็น Process ภายในกล่องดำ จนแสดงออกมาเป็นการตอบสนองที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อเป็น Response โดยทฤษฎี S-R Model ทางด้านจิตวิทยา



ภาพที่ 2.1 ทฤษฎี S-R Model ทางด้านจิตวิทยา

ที่มา: ทฤษฎี Mehrabian and Russell (1974)

แบบจำลองกล่องดำสำหรับผู้บริโภคบุคคล ซึ่งเป็นทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยจะแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบหลักของแบบจำลอง ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้นภายนอก เป็นสิ่งกระตุ้นที่ก่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ประกอบด้วย

(1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่นักการตลาดสร้างขึ้นและควบคุมได้ รวมส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด

(2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกธุรกิจที่นักการตลาดไม่อาจควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรมและอื่นๆ

2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค หรือกล่องดำผู้บริโภค เป็นการรับรู้ทางอารมณ์ และเหตุผลภายในตัวผู้บริโภค ซึ่งมีปัจจัยแตกต่างออกไปในแต่ละบุคคล จึงเป็นเรื่องที่ยากที่จะคาดเดาหรือพยากรณ์ได้แน่ชัด โดยมีปัจจัยจาก

(1) ลักษณะของผู้บริโภค อันประกอบขึ้นจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

(2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคบุคคล ครอบคลุมด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหาความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

สิ่งกระตุ้นภายนอก	ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค	การตอบสนองของผู้บริโภค
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด	ลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา	การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราชื่อ การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ
สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม	กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การรับรู้ปัญหาความต้องการ การแสวงหาความรู้ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ	

ภาพที่ 2.2 แบบจำลองกล่องดำสำหรับผู้บริโภคบุคคล

ที่มา: อโณทัย งามวิชัยกิจ (2561, น. 21)

สรุป พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดการหาให้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อนั้นหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมถึงการตัดสินใจ

อโณทัย งามวิชัยกิจแลคณะ (2561, น. 2-41) บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role) หมายถึง บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาบทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การโฆษณาและผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้โดยทั่วไปมี 5 บทบาทคือ

- 1) ผู้ริเริ่ม (Initiator) บุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ ริเริ่มซื้อ และเสนอความคิดเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง
- 2) ผู้มีอิทธิพล (Influence) บุคคลที่ใช้คำพูดหรือการกระทำตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- 3) ผู้ตัดสินใจ (Decision) บุคคลผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร หรือซื้อที่ไหน
 - 4) ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง
 - 5) ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
- การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจมีผลมาจากความต้องการในผลิตภัณฑ์ภัณฑ์และบริการต่างๆ ซึ่งต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ ผู้ศึกษาจึงนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ Engle, Blackwell and Miniard (1993, pp. 146-154) มาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

3.1 การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition)

ในขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs) ซึ่งเกิดจาก

3.1.1 *สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli)* เช่น ความรู้สึกหิวข้าว ทรายน้ำ เป็นต้น

3.1.2 *สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli)* อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ - กิจกรรมส่งเสริมการตลาดจึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้ เห็นเพื่อนมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น

3.2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search)

เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นต่อไป ผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคแบ่งเป็น

3.2.1 *แหล่งบุคคล (Personal Sources)* เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก ที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ

3.2.2 *แหล่งทางการค้า (Commercial Sources)* เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจภัณฑ์

3.2.3 แหล่งสาธารณชน (Public Sources) เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

3.2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาก่อน

3.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ในขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น

3.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนี้

3.4.1 ตราห้อยี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)

3.4.2 ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)

3.4.3 ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision)

3.4.4 เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)

3.4.5 วิธีการในการชำระเงิน (Payment-method Decision)

3.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

หลังจากที่ลูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริงตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาก็คือ ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ด้วย

ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว โดยอาจจะทำผ่านการใช้แบบสำรวจความพึงพอใจ หรือจัดตั้งศูนย์รับข้อร้องเรียนของลูกค้า (Call Center) เป็นต้น วรพัฒน์ บิลพัฒน์ (2552) กล่าวว่า จากลักษณะของการตลาดและอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและผู้ซื้อในกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เหล่านี้ล้วนเป็นข้อพิจารณาของผู้บริหารการตลาดในเบื้องต้นก่อนการดำเนินงานทางการตลาดให้กับสินค้าหรือบริการ

ประเภทใดๆ เพราะหากผู้บริหารไม่สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายที่ถูกต้องและชัดเจนให้กับสินค้าหรือบริการ ก็ไม่สามารถนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรได้ นอกจากนี้กระบวนการตัดสินใจซื้อและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเพียงพอจะเป็นสาเหตุให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้จัดทำขึ้นเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สุรัสดา มีดวง (2558) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ผู้บริโภคจะศึกษากระบวนการในการพิจารณาอย่างมีเหตุมีผล โดยใช้ความรู้สึกทางด้านจิตใจและความรู้สึกทางด้านอารมณ์มาใช้ในการพิจารณาเลือก โดยจะเลือกสิ่งที่ดีเองคิดว่าดี ถูกต้องและเหมาะสมที่สุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการที่อยู่อาศัยของลูกค้ำที่แตกต่างกันออกไป

จากการศึกษาแนวคิดการตัดสินใจของนักวิชาการ สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัย คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สังคมและกลุ่มทางสังคม ทัศนคติของผู้บริโภค เวลาและโอกาส อันนำมาซึ่งการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าหรือบริการที่ตนเองคิดว่าเหมาะสมและมีความพึงพอใจสูงสุด การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ำในรูปแบบต่างๆ และกระบวนการในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประเภทต่างๆ ของลูกค้ำ จึงมีผลต่อการวางแผนทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ำให้มากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวไปใช้ในการกำหนดรูปแบบคำถามเพื่อการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

4. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการทางการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552, น. 35-36, 337)

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549, น. 71-82)

4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาดมักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้าบวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่างๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือ สายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลด ชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้านั้นมีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วง เวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการ ธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจและมีการใส่ใจในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าในอดีต บทบาทของการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์อย่างยิ่ง การบรรจุภัณฑ์จะก่อให้เกิดประโยชน์หลักอยู่ 2 ประการด้วยกัน คือ เป็นการป้องกันคุณภาพของสินค้า และช่วยส่งเสริมการขาย ดังนั้น รูปร่างของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในปัจจุบันจึงมีสีสัน สะดุดตา และวัสดุที่ใช้ทำหีบห่อแปลกใหม่กว่าเดิม บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า โดยคำนึงถึงตัวบรรจุภัณฑ์มากกว่าตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายในตลาดจะต้องมีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของผู้ผลิต รายใดรายหนึ่งอย่างชัดเจน ตราสินค้าเป็นสิ่งมีประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าชนิดนั้น เป็นของผู้ผลิตรายใด ผู้บริโภคจะสามารถใช้ประสบการณ์ในอดีตมาช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยมีต้องสอบถามข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

4.2 การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหา ช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการ ต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนด ราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิด การยอมรับ จากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งกันได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคา

เป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้า ให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสดส่วนลดการค้า หรือส่วนลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคารวมค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น
- 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 3) การแข่งขัน
- 4) ปัจจัยอื่นๆ

4.3 การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหามาได้ เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา

การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า คือการขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้านั้น ไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ซึ่งวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) การโฆษณา (Advertising) เป็นต้น

ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด

ดังนั้น ธุรกิจการให้บริการสินเชื่อน่าสนใจผ่านธนาคารพาณิชย์ จากกรณีศึกษาเป็นธุรกิจที่ไม่ได้จำหน่ายสินค้าที่จับต้องได้ แต่เป็นการจำหน่ายสินค้าผ่านการบริการ การทำธุรกรรมทางการเงินหรือสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้ศึกษา จะนำทฤษฎีและแนวคิดที่มีความเกี่ยวข้องกับการตลาดบริการหรือ 7P's

กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการ จึงจำเป็นที่จะต้องมีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป ศาสตราจารย์ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) กูรูด้านการตลาดชั้นนำของโลก ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่างหรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบ ให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้อง พิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4) ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ทั้งด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548) สรุปว่า การนำเสนอลักษณะทางกายภาพในธุรกิจการบริการมักจะ ไม่ค่อยปรากฏ ส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อม การสร้างบรรยากาศ การเลือกใช้แสงสี เป็นต้น หรือการใช้ลักษณะทางกายภาพเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น ยี่ห้อ คุณภาพ เป็นต้น

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้บริการเกิดความประทับใจ

พันธ์ทิพย์ ดีประเสริฐดำรง (2559) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ การนำเสนอทางกายภาพ ดังนั้น ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมาก และมีส่วนในการสนับสนุนความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

วันเฉลิม เขตชัยคุปต์ (2559) กล่าวว่า ธุรกิจบริการการให้สินเชื่อรถยนต์นั้นนอกจากการแข่งขันที่ใช้กลยุทธ์ราคาในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยแล้วนั้น กลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งก็คือการให้บริการที่ดีและตอบสนองต่อสิ่งที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในกลยุทธ์ราคาที่จะส่งผลทำให้รายได้ลดลง

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไป

5. ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ

สินเชื่อโครงการเงินกู้เนกประสงค์เพื่อเป็นสวัสดิการข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานตามสัญญาจ้างหน่วยงานราชการ รวมทั้งพนักงานรัฐวิสาหกิจ

1) ผู้กู้ หมายความว่า

(1) ข้าราชการ (รวมข้าราชการส่วนท้องถิ่น ลูกจ้างประจำของหน่วยงานราชการ) หรือเจ้าหน้าที่องค์กรของรัฐ (ซึ่งเป็นหน่วยงานของราชการ หรือหน่วยงานที่กำกับของราชการ) หรือพนักงานของหน่วยงานราชการ เช่น พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานประกันสังคม พนักงานกระทรวงสาธารณสุข หรือที่เรียกชื่ออื่นในทำนองเดียวกัน ที่หน่วยงานราชการ มีระเบียบหรือหลักเกณฑ์ หรือสัญญาจ้างทำงานจนเกษียณอายุ

(2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (รวมพนักงานรัฐวิสาหกิจที่เกษียณอายุราชการ)

(3) พนักงานของหน่วยงานราชการ (เช่น พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานประกันสังคม พนักงานกระทรวงสาธารณสุข หรือที่เรียกชื่ออื่นในทำนองเดียวกัน) รวมทั้งพนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ และพนักงานลูกจ้างบริษัทในเครือรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นบุคคลที่หน่วยงานราชการ รวมทั้งองค์กรมหาชนและองค์กรของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ จ้างทำงานโดยมีกำหนดระยะเวลาจ้าง เช่น 2 ปี 3 ปี เป็นต้น (ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า พนักงานราชการ) ทั้งนี้ไม่รวมพนักงานและลูกจ้างที่มีระยะเวลาจ้างงานขององค์กรปกครองท้องถิ่น

(4) พนักงานของหน่วยงานราชการที่มีเงินได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท และธนาคารได้ทำข้อตกลงไว้กับหน่วยงานต้นสังกัดของผู้กู้ ตามรายชื่อหน่วยงานและเงื่อนไขอื่นๆ (ถ้ามี เช่น คุณสมบัติผู้กู้ วงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการกู้ หลักประกัน เป็นต้น)

2) หน่วยงานต้นสังกัด หมายความว่า หน่วยงานที่เป็นต้นสังกัดของผู้กู้ และผู้ค้ำประกัน โดยไม่จำเป็น ต้องอยู่สถานที่ทำงานเดียวกัน ทั้งนี้ กรณีข้าราชการหรือลูกจ้างประจำ ที่อยู่ภายใต้สังกัด อบต.หรือ อบจ. หรือเทศบาล ที่เป็นองค์กร (นิติบุคคล) เดียวกัน แต่ไม่อยู่สถานที่ทำงานเดียวกันถือว่าอยู่ภายใต้หน่วยงานต้นสังกัดเดียวกัน

3) บริษัทในเครือรัฐวิสาหกิจ หมายความว่า บริษัท หรือนิติบุคคลที่รัฐวิสาหกิจถือหุ้น ทั้งทางตรง และทางอ้อม รวมถึงแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป เว้นแต่กรณีบริษัทที่เป็นสถาบันการเงิน และอยู่ในเครือรัฐวิสาหกิจ และกรณีรัฐวิสาหกิจที่เป็นสถาบันการเงิน นิยามบริษัทในเครือรัฐวิสาหกิจ ให้หมายถึง บริษัท หรือนิติบุคคลที่รัฐวิสาหกิจถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมร้อยละ 20 ขึ้นไป

4) เงินได้ หมายความว่า เงินเดือน ค่าจ้างประจำ เงินบำนาญ และเงินได้อื่นใดที่ได้รับ เป็นจำนวนที่แน่นอน และมีกำหนดจ่ายเป็นรายเดือนที่ผู้กู้หรือผู้ค้ำประกันได้รับจากหน่วยงานต้นสังกัด เช่น เงินประจำตำแหน่ง

5.1 การปฏิบัติของหน่วยงานต้นสังกัด

5.1.1 คัดเลือกผู้กู้ที่มีคุณสมบัติ ตามรายละเอียดและหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำหนด และตามข้อตกลงการกู้เงินแต่ละโครงการ

5.1.2 แจ้งรายชื่อผู้กู้ที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกแล้ว ส่งให้สาขาของธนาคาร เป็นผู้พิจารณาโดยถือการพิจารณาของธนาคารเป็นที่สุด

5.1.3 หักเงินจากเงินได้ของผู้กู้ หรือจ่ายเงินได้ของผู้กู้เข้าบัญชีเงินฝากที่ผู้กู้ มีอยู่กับธนาคารตามหนังสือให้ความยินยอมในการหักเงินได้ หรือจ่ายเงินได้เข้าบัญชีเงินฝาก ที่มีอยู่กับธนาคาร เพื่อชำระหนี้ต้นเงินกู้ และดอกเบี้ยของผู้กู้ให้แก่ธนาคารทุกเดือนจนเสร็จสิ้น ทั้งนี้หน่วยงานต้นสังกัดตกลงที่จะทำหนังสือรับรองให้ไว้กับธนาคารว่า ผู้กู้อยู่ภายใต้การพิจารณา คุณสมบัติจากหน่วยงานต้นสังกัด แสดงว่า หน่วยงานต้นสังกัด ได้ให้ผู้กู้นั้นทำหนังสือ ให้ความยินยอมในการหักเงินได้หรือจ่ายเงินได้ของผู้กู้อุปไว้ให้แก่หน่วยงานต้นสังกัดแล้ว

5.1.4 การหักเงินได้หรือจ่ายเงินได้เข้าบัญชีเงินฝากที่มีอยู่กับธนาคาร ให้เริ่มตั้งแต่วันที่ผู้กู้ได้ทำสัญญากู้ และได้รับเงินกู้จากธนาคารเป็นต้นไป โดยธนาคารจะจัดส่งรายละเอียด การหักชำระเพื่อชำระหนี้เงินกู้ให้หน่วยงานต้นสังกัดทราบล่วงหน้า 7 วัน หรือกรณีที่หน่วยงาน ไม่สามารถหักเงินได้เพื่อชำระหนี้ได้ทันในงวดแรก หน่วยงานต้นสังกัดจะต้องให้ผู้กู้ชำระหนี้ ในงวดแรกให้แก่ธนาคารเอง

5.1.5 แจ้งธนาคารให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรภายใน 15 วันทำการ นับตั้งแต่วันที่ผู้กู้พ้นสภาพเป็นข้าราชการ หรือลูกจ้างประจำ หรือเจ้าหน้าที่หรือพนักงานของหน่วยงานต้นสังกัด วันที่มีคำสั่งให้ผู้กู้โอนย้าย หรือไม่ว่ากรณีอื่นใดที่หน่วยงานต้นสังกัดไม่สามารถหักเงินได้ของผู้กู้เพื่อชำระหนี้ได้ ทั้งนี้ เพื่อขออายัดเงินได้ของผู้กู้

5.1.6 จะแจ้งรายชื่อผู้กู้ที่จะเกษียณอายุหรือครบวาระดำรงตำแหน่งให้ธนาคารทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษร ไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนวันครบเกษียณอายุ

5.2 วัตถุประสงค์ในการกู้

เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นและความต้องการของผู้กู้ อาทิเช่น เพื่อซื้อรถยนต์ เพื่อซื้อคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษาและชำระค่าเบี้ยประกันชีวิตให้แก่บริษัทประกันชีวิตที่ธนาคารเห็นชอบ เพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่น ฯลฯ

5.3 คุณสมบัติของผู้กู้ และผู้ค้ำประกัน

5.3.1 ข้าราชการ

- 1) มีอายุงานไม่น้อยกว่า 1 ปี และหน่วยงานต้นสังกัดพิจารณาเบื้องต้นแล้วสมควรกู้เงินได้
- 2) ไม่มีประวัติผิดนัดชำระหนี้มาก่อน กรณีเคยมีประวัติผิดนัดชำระหนี้ หากเห็นสมควรให้สนับสนุนสินเชื่อ ให้แสดงหลักฐานว่าได้ชำระหนี้ที่เคยมีประวัติผิดนัดชำระหนี้เสร็จสิ้นแล้ว ณ วันพิจารณาสินเชื่อไว้ในคำขอสินเชื่อด้วย
- 3) เป็นผู้บรรลุนิติภาวะ
- 4) มีเงินได้ไม่น้อยกว่า 13,000 บาท และมีเงินได้สุทธิเพียงพอตามเกณฑ์ที่จะผ่อนชำระหนี้เงินที่ของกู้

5.3.2 พนักงานราชการ

- 1) หน่วยงานต้นสังกัดพิจารณาในเบื้องต้นแล้วว่า สมควรให้กู้เงินได้ และมีข้อตกลงหักเงินได้ นำส่งชำระหนี้ธนาคาร
- 2) เป็นพนักงานราชการที่มีสัญญาจ้างทำงาน ที่มีกำหนดระยะเวลาจ้าง และมีอายุงานไม่น้อยกว่า 3 ปี และต้องต่ออายุสัญญาจ้างมาแล้ว 1 ครั้ง
- 3) มีเงินได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท และมีความสามารถในการชำระหนี้คืนพร้อมดอกเบี้ยได้

5.3.3 ผู้ค้ำประกัน

1) เป็นบุคคลที่อยู่หน่วยงานต้นสังกัดเดียวกันกับผู้กู้ โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ทำงานเดียวกันกับผู้กู้ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการชำระหนี้แทนผู้กู้ได้ โดยให้มีการตรวจสอบประวัติทางการเงินในระบบภายในธนาคารแล้ว ไม่มีประวัติความเสียหาย หรือเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้อยู่หน่วยงานเดียวกันกับผู้กู้ โดยมีการเบิกจ่ายเงินได้ผ่านบัญชีธนาคารกรุงไทยหรือไม่ก็ได้ และมีการตรวจสอบ NCB ด้วยความสมัครใจ ไม่มีประวัติความเสียหายทางการเงิน

2) กรณีบุคคลค้ำประกันเป็นบุคคลในครอบครัว ได้แก่ คู่สมรส บิดา มารดา พี่น้อง ที่ร่วมบิดามารดาเดียวกัน ให้ตรวจสอบประวัติทางการเงินเฉพาะระบบภายในธนาคารเท่านั้น

5.3.4 วงเงินกู้ ข้าราชการ ไม่เกิน 5 ล้านบาท พนักงานราชการ ไม่เกิน 5 แสนบาท

5.3.5 อัตราดอกเบี้ย

- 1) กรณีหน่วยงานดำรงเงินฝาก ดอกเบี้ยเงินฝากที่ดำรง บวก 1.5 ถึง 4.00 ต่อปี
- 2) กรณีหน่วยงานไม่ดำรงเงินฝาก ดอกเบี้ย MRR บวก 0.75 ต่อปี

5.3.6 ระยะเวลา

- 1) สูงสุด 20 ปี ไม่เกินอายุเกษียณราชการ กรณีข้าราชการ
- 2) ระยะเวลาตามระยะเวลาสัญญาจ้างคงเหลือ กรณีพนักงานราชการ

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการของธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นข้อมูลทั้งด้านของธนาคารและทางด้านของผู้กู้ ซึ่งผู้ศึกษาสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวิจัย โดยจะเห็นได้ว่า สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย นั้น เป็นสินเชื่อที่ตอบสนองความต้องการของผู้กู้ได้อย่างแท้จริง รวมถึงทางธนาคารยังมีข้อจำกัดต่างๆ เพื่อกรองข้อมูลของผู้กู้มาแล้วระดับหนึ่ง และสามารถเรียกชำระหนี้จากผู้กู้ในแต่ละหน่วยงานได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้กู้ต้องมีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยเท่านั้น รวมถึงตามเงื่อนไขผู้กู้ต้องให้หน่วยงานหักนำส่งเงินเดือน และแจ้งให้ทางธนาคารทราบหากชำระหนี้ไม่ได้ตามกำหนด

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ตามที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า

ประสงค์ ทองอินทร์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ สวัสดิการของธนาคารออมสินสาขาพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อสวัสดิการและปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการด้านสินเชื่อ สวัสดิการของธนาคารออมสินสาขาพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (non – purposive sampling) จากกลุ่มบุคคลที่มีอาชีพรับราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างประจำหน่วยงานของรัฐที่มีสถาบันที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส อาชีพรับราชการ มีอายุการทำงานระหว่าง 11-15 ปีจบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อกับสถาบันการเงิน หรือแหล่งเงินกู้อื่นๆ มาก่อนแล้ว โดยผู้ใช้บริการได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การแนะนำจากเพื่อนร่วมงานและญาติพี่น้องมากที่สุด วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติส่วนใหญ่อยู่ในช่วง ระหว่าง 50,000 – 100,000 บาท ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคารออมสินสาขาพร้าวนั้น ได้แก่อัตราดอกเบี้ยที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของธนาคารออมสิน สำหรับปัญหาจากการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการนั้น ส่วนใหญ่จะมีปัญหาในเรื่องของ วงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่นๆ คือปัญหาการให้วงเงินสินเชื่อที่ต่ำ

ชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคาร สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อประเภทวงเงินกู้ของธนาคารไทยธนาคาร สาขาเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อของธนาคารในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาที่มีอยู่ในระดับมากคือ ปัญหาด้านราคา ในการใช้บริการด้านสินเชื่อ และปัญหาด้านกระบวนการให้บริการด้านสินเชื่อ

จิวพร กาญจนการุณ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร และสร้างสมการพยากรณ์ พบว่า นโยบายการจัดการ สถานที่ตั้ง/อุปกรณ์ และชื่อเสียงของ ธ.ก.ส. เป็นปัจจัยที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลการศึกษา ทั้งในแง่การจัดการเอกสารคู่มือการให้สินเชื่อแก่บุคคลของ ธ.ก.ส.

เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ของพนักงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศชาย อายุระหว่าง 20-39 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ส่วนปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ พบว่าความสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ วงเงินกู้สูงสุดที่ธนาคารให้ รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ยระยะเวลาในการผ่อนชำระ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ความรวดเร็วในการดำเนินการ ค่าธรรมเนียมในการบริการ การสนับสนุนวงเงินอื่นๆ การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองวงเงินกู้ ความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร และสื่อประชาสัมพันธ์

วิมลจิตา แจ็งเป่า (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของสหกรณ์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จำนวนวงเงินสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ ด้านบริการจะเป็นเรื่องของพนักงานสามารถให้บริการ ตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้านราคา เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องการไม่เสียค่าใช้จ่ายในการยื่นเอกสารขอรับบริการด้านสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าต้องการที่จอดรถที่สะดวก มีความปลอดภัย สะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของสื่อโฆษณา วารสาร แผ่นพับ website รองลงมาคือการประชุมสัมพันธ

ผ่านสมาชิกสหกรณ์ท่านอื่นๆ จากการสัมมนา เป็นต้น ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ที่ต่างกัน มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการออมทรัพย์กรุงชลบุรี จำกัด ไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการออมทรัพย์กรุงชลบุรี จำกัด แตกต่างกัน

วรพล ดิชาว (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ เพศหญิงมีโอกาสในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อน้อยกว่าเพศชาย อยู่ที่ยิ่งมากขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องการความมั่นคงทางด้านครอบครัว ด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้บริโภคใส่ใจในเรื่องของการผ่อนชำระสินเชื่อมีหลากหลายช่องทาง มีความสะดวก พนักงานมีความสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดีและเต็มใจให้บริการ และยังให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น เก้าอี้ เครื่องดื่ม หนังสือพิมพ์ บัตรคิว เป็นต้น



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บข้อมูลงานศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา” เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการทั้งรายเก่าและลูกค้าสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตเดิม เรียกว่ากลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และผลการศึกษาได้มาจากกลุ่มตัวอย่างจะสรุปมาจากกลุ่มประชากรทั้งหมด ดังนั้นวิธีการที่จะให้ได้มาซึ่งจำนวนที่จะเป็นตัวแทนที่เชื่อถือได้ นับว่ามีความสำคัญเนื่องจากส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงานค้นคว้าอิสระ

1.1 กำหนดประชากร

ประชากรในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ของธนาคารกรุงไทย ในจังหวัดยะลา ซึ่งธนาคารมีสาขาให้บริการในพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองยะลา จำนวน 3 สาขา และนอกเขตอำเภอเมืองยะลา จำนวน 3 สาขา มีจำนวนลูกค้าสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตรวม 2,655 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561) แบ่งเป็นสาขารอบนอก จำนวน 1,220 และสาขาในเขตอำเภอเมือง จำนวน 1,435 คน

1.2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ สำหรับงานศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา โดยมีประชากร 2,655 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของ Taro Yamane โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

จากสูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.05 สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560, หน้า 45)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนทั้งหมดหรือขนาดของประชากร

e คือ ค่าสัดส่วนที่ต้องการให้ค่าสัดส่วนตัวอย่างต่างไปจากสัดส่วนประชากร ความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้เท่ากับ 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ผล ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{2,655}{1 + 2,655(0.05)^2} \\ &= \frac{2,655}{6.64} = 399.84 \text{ คน หรือประมาณ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นไปตามสถิติ (Probability Sampling) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้นโยบายขนส่งสาธารณะ ขนาคากรุงเทพฯ จังหวัดยะลา” ประกอบด้วย 4 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (closed-ended question) ที่เลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ (check list answer) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว (best answer)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้นโยบายขนส่งสาธารณะ ขนาคากรุงเทพฯ จังหวัดยะลา จำนวน 7 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (closed-ended question) ที่เลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ (check list answer)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (closed-ended question) ที่เลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ (check list answer)

โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ผู้ศึกษาได้นำคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมาหาค่าเฉลี่ย แล้วกำหนดระดับค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
ค่อนข้างมาก	4
ปานกลาง	3
ค่อนข้างน้อย	2
น้อยที่สุด	1

วิธีการแปลผลตอบแบบสอบถาม ได้ใช้เกณฑ์การให้ระดับค่าเฉลี่ย (อโณทัย งามวิชัยกิจ, 2559, หน้า 203-204) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายในแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 และ 3

ระดับคะแนน	ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ได้เสนอค่าความสำคัญสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

0.00 – 0.25	มีความสัมพันธ์น้อย
0.26 – 0.50	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.51 – 0.75	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างมาก
0.76 – 1.00	มีความสัมพันธ์มาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ เป็นคำถามปลายเปิด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม แก่กลุ่มลูกค้ำที่มีสินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ กับธนาคารกรุงไทยเท่านั้น โดยผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง แจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยมีรายละเอียดขั้นตอนในการเก็บแบบสอบถามดังนี้

3.1 ก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะถามคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้ถูกต้องก่อน และหากผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจจะยุติการแจกแบบสอบถามทันที

3.2 เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะชี้แจงรายละเอียดวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ และขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 ผู้ศึกษาจะเก็บแบบสอบถามกับลูกค้ำที่ใช้และเคยใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างด้วยความสะดวก/บังเอิญ (Convenience/accidental sampling) โดยแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด

3.4 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.5 นำข้อมูลที่ได้มาบันทึก ประมวลผล และวิเคราะห์ผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ในขั้นแรกผู้ศึกษาจะต้องใช้ข้อมูลคำนวณหาค่าสถิติ จากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้ศึกษาจะใช้สถิติอ้างอิงเพื่อสรุปคำตอบไปยังประชากร แล้วจึงนำข้อมูล มาเสนอในรายงานวิจัยหลังจากรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถาม ทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

4.1 ตรวจสอบข้อมูลและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถาม ที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.2 นำแบบสอบถามทั้งหมดมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องมือคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ดังนี้

4.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ครอบคลุมร้อยละต่อเดือน

4.2.2 สถิติเชิงบรรยาย ใช้เป็นสถิติเบื้องต้นในการอภิปรายผล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2.3 สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ ของข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ได้แก่ Chi-Square และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Correlation Coefficient

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เนื้อหาในบทนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ผู้ศึกษาวิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามมาแล้ว เพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่จังหวัดยะลา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ต่างกัน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ มีความหมาย ดังรายละเอียดที่แจ้ง ดังต่อไปนี้

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยกำหนดเกณฑ์การแปรผล

S.D. หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

r หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย

α หมายถึง ค่าทดสอบความคลาดเคลื่อนในการทดสอบสมมติฐานหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Level of Significance) กำหนดไว้ที่ระดับ .05

p หมายถึง ความน่าจะเป็นในการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา หน่วยงานต้นสังกัด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว สรุปผลได้ตามตารางที่ 4.1- 4.8

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	287	71.8
หญิง	113	28.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย 287 คน คิดเป็น ร้อยละ 71.8 ส่วนที่เหลือเป็นเพศหญิง 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	213	53.2
31-40 ปี	157	39.2
41-50 ปี	23	5.8
51-60 ปี	3	0.8
61 ขึ้นไป	4	1.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และ 41-50 ปี จำนวน 23 คน, 51-60 ปี จำนวน 3 คน, 61 ปีขึ้นไป 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8, 0.8 และ 1.0 (ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	321	80.2
สมรส	66	16.5
หม้าย	11	2.8
หย่าร้าง	2	0.5
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานะโสด จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และสถานภาพหม้าย จำนวน 11 คน, หย่าร้าง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8, 0.5 (ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	271	67.7
อนุปริญญา/ปวส./ปวช.	27	6.8
ปริญญาตรี	98	24.5
ปริญญาโทขึ้นไป	4	1.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และระดับอนุปริญญา/ปวส./ปวช. จำนวน 27 คน, ปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8, 1.0 (ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหน่วยงานต้นสังกัด

หน่วยงานต้นสังกัด	จำนวน	ร้อยละ
สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	312	78.0
กระทรวงศึกษาธิการ	17	4.3
กระทรวงสาธารณสุข	50	12.5
กระทรวงการคลัง	0	0
กระทรวงยุติธรรม	0	0
หน่วยงานอื่นๆ	21	5.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมา คือ กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 สังกัดหน่วยงานอื่นๆ จำนวน 21 คน, กระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2, 4.3 (ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	354	88.5
พนักงานราชการ	23	5.7
ลูกจ้างประจำ	11	2.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.0
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมา คือ พนักงานราชการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน, ลูกจ้างประจำ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0, 2.8 (ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000	2	0.5
15,001 – 25,000	325	81.2
25,001 – 50,000	63	15.8
50,001 – 100,000	10	2.5
100,001 ขึ้นไป	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท มีจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.2 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 50,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 10 คน, รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5, 0.5 (ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
2 คน	14	3.5
3 คน	345	86.2
4 คน	39	9.8
5 คนขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว 4 คน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และสมาชิกในครอบครัว 2 คน จำนวน 14 คน, สมาชิกในครอบครัว 5 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5, 0.5 (ตามลำดับ)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่จังหวัดยะลา

ผลการจำแนกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่างในตาราง ดังนี้ (ตารางที่ 4.9 - 4.16)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.89	.492	ค่อนข้างมาก
2. ด้านราคา	4.49	.188	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	.426	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.03	.491	ค่อนข้างมาก
5. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.34	.394	ปานกลาง
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.76	.330	ค่อนข้างมาก
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.15	.593	ค่อนข้างมาก
รวม	3.99	.191	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด จำนวน 2 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) และอยู่ระดับค่อนข้างมาก จำนวน 4 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง คือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการ
ชำระค่าเช่า ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. เอกสารประกอบการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยาก จัดเตรียมได้ง่าย	3.93	.809	ค่อนข้างมาก
2. วงเงินที่ได้รับสูงกว่าธนาคารอื่น	4.03	.759	ค่อนข้างมาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน เช่น การติดต่อกับลูกค้า การทำงานที่รวดเร็ว	3.68	.851	ค่อนข้างมาก
4. ระบบความปลอดภัยของธนาคาร มีพนักงาน รักษาความปลอดภัย ก่อสร้างวงจรปิดชัดเจน	3.39	.710	ปานกลาง
5. ชื่อเสียงของธนาคารเป็นธนาคารชื่อดัง เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า	3.70	.858	ค่อนข้างมาก
6. รูปแบบการให้บริการและการอธิบายรายละเอียด ของสินเชื่อ มีความสะดวกรวดเร็ว เข้าใจขั้นตอน การขอสินเชื่อ	4.61	.643	มากที่สุด
รวม	3.89	.492	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดในการเลือกใช้สินเชื่อบริการชำระค่าเช่า ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวมอยู่ที่ระดับค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และเมื่อพิจารณา
เป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
อยู่ที่ระดับมากที่สุด จำนวน 1 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ รูปแบบการให้บริการ
และการอธิบายรายละเอียดของสินเชื่อ มีความสะดวกรวดเร็ว เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อ
(ค่าเฉลี่ย 4.61) และอยู่ระดับค่อนข้างมาก จำนวน 4 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วงเงิน
ที่ได้รับสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ด้านเอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก
จัดเตรียมได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ด้านชื่อเสียงของธนาคารเป็นธนาคารชื่อดัง เป็นที่ไว้วางใจ
ของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ด้านความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68)
และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง คือ ระบบความปลอดภัย
ของธนาคาร มีพนักงานรักษาความปลอดภัย ก่อสร้างวงจรปิดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทประมง
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	4.54	.570	มากที่สุด
2. ยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการเงินกู้	4.26	.561	มากที่สุด
3. ค่างวดในการผ่อนชำระไม่สูงเกินไป	4.42	.620	มากที่สุด
4. เสนอประกันค้ำครองวงเงินกู้ไม่สูงมาก	4.75	.534	มากที่สุด
รวม	4.49	.188	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้สินค้าประเภทประมงข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านราคา ในภาพรวม
อยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม
ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด จำนวน 4 รายการ
โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ ด้านการเสนอประกันค้ำครองวงเงินกู้ไม่สูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.75)
รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.54) ค่างวดในการผ่อนชำระไม่สูงเกินไป
(ค่าเฉลี่ย 4.42) และการยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการเงินกู้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าแฟชั่นประสังค์
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. มีสาขาที่ให้บริการทั่วถึงเข้าถึงได้ง่าย ทำเลดี	4.39	.565	มากที่สุด
2. สถานที่จอดรถเพียงพอ อำนวยความสะดวก	4.16	.393	ค่อนข้างมาก
3. มีการจัดพื้นที่บริการเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	4.63	.550	มากที่สุด
4. สามารถติดต่อชำระหนี้ได้สะดวก ผ่านช่องทางต่างๆ	3.92	.888	ค่อนข้างมาก
รวม	4.28	.426	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้สินค้าแฟชั่นประสังค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านช่องทาง
การจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด
จำนวน 2 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ มีการจัดพื้นที่บริการเพียงพอกับลูกค้า
ที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ สาขาที่ให้บริการทั่วถึงเข้าถึงได้ง่าย ทำเลดี (ค่าเฉลี่ย 4.39)
และอยู่ในระดับค่อนข้างมาก จำนวน 2 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่จอดรถเพียงพอ
อำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และสามารถติดต่อชำระหนี้ได้สะดวก ผ่านช่องทางต่างๆ
(ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกัน
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์	4.13	.841	ค่อนข้างมาก
2. มีการแจกของสมนาคุณต่างๆ	3.40	1.078	ปานกลาง
3. มีการจัด Promotion ลดอัตราดอกเบี้ย	4.56	.598	มากที่สุด
รวม	4.03	.491	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อประกันข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านการส่งเสริม
การตลาดในภาพรวมอยู่ที่ระดับค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด
จำนวน 1 รายการ คือ การจัด Promotion ลดอัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.56) และอยู่ในระดับค่อนข้างมาก
จำนวน 1 รายการ คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และอยู่ในระดับ
ปานกลาง คือ มีการแจกของสมนาคุณต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการแนะนำ บริการสินค้า	4.65	.494	มากที่สุด
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ	3.89	.987	ค่อนข้างมาก
3. พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.10	.860	ค่อนข้างมาก
4. พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	4.47	.514	มากที่สุด
5. พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	4.22	.417	มากที่สุด
รวม	3.34	.394	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านบุคลากร
ผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด
จำนวน 3 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการแนะนำ
บริการสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม
(ค่าเฉลี่ย 4.47) และพนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูลและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
(ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ และปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างมาก จำนวน 2 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุด คือ พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้น
ในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกัน
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. การรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ของพื้นที่ให้บริการ	4.27	.780	มากที่สุด
2. ป้ายประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ของธนาคาร อยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจน	3.78	.815	ค่อนข้างมาก
3. ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารมีทั่วถึง	3.25	.823	ปานกลาง
รวม	3.76	.330	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการประกันข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านสภาพแวดล้อม
ทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ที่ระดับค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด
จำนวน 1 รายการ คือ การรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ
(ค่าเฉลี่ย 4.27) และอยู่ในระดับค่อนข้างมาก จำนวน 1 รายการ คือ ป้ายประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์
ของธนาคารอยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.78) และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ระบบรักษา
ความปลอดภัยของธนาคารมีทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 4.16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวกรวดเร็ว	4.01	.699	ค่อนข้างมาก
2. ช่องทางการชำระหนี้สะดวก	4.14	.826	ค่อนข้างมาก
3. มีระเบียบ ขั้นตอนต่างๆ ไม่ยุ่งยากเข้าใจง่าย	4.17	.822	ค่อนข้างมาก
4. มีระบบการทำงานของธนาคารที่แม่นยำเข้าใจง่าย และเชื่อถือได้	4.35	.665	มากที่สุด
5. จำนวนพนักงานเพียงพอในการบริการ ลูกค้า ไม่ต้องรอกว้านานๆ	4.07	.724	ค่อนข้างมาก
รวม	4.15	.593	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ในการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ด้านกระบวนการ
ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ที่ระดับค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด
จำนวน 1 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ มีระบบการทำงานของธนาคารที่แม่นยำเข้าใจ
ง่ายและเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และอยู่ในระดับค่อนข้างมาก จำนวน 4 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุด คือ ด้านการมีระเบียบ ขั้นตอนต่างๆ ไม่ยุ่งยากเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาคือ
ด้านช่องทางการชำระหนี้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการบริการลูกค้า
ไม่ต้องรอกว้านานๆ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯธนาคารกรุงไทย พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์
และบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก $\bar{X} = 3.89$ ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.49$
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.28$ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
อยู่ในระดับค่อนข้างมาก $\bar{X} = 4.03$ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.34$
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก $\bar{X} = 3.76$ ปัจจัยด้านกระบวนการ
ให้บริการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก $\bar{X} = 4.19$

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อ อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย

ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่ออเนกประสงค์ข้าราชการฯ
ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ปัจจัยในการเลือกใช้สินเชื่ออเนกประสงค์ฯ	\bar{X}	S.D.	แปลผลข้อมูล
1. วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้	4.40	.535	มากที่สุด
2. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร	3.92	.868	ค่อนข้างมาก
3. อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น	4.61	.489	มากที่สุด
4. ประกันภระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น	4.31	.570	มากที่สุด
5. การผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก	4.12	.705	ค่อนข้างมาก
6. การให้บริการที่ดีของพนักงาน	4.45	.654	มากที่สุด
7. ความสะดวกในการมาติดต่อธนาคาร	3.62	.943	ค่อนข้างมาก
8. ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องวดไม่สูงเกินไป	3.63	.748	ค่อนข้างมาก
รวม	4.13	.297	ค่อนข้างมาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้บริ โภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้สินเชื่อ
อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ในภาพรวมอยู่ที่ระดับค่อนข้างมาก
(ค่าเฉลี่ย 4.13) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญ
ของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่ออเนกประสงค์ฯ ที่ระดับมากที่สุด จำนวน 4 รายการ
โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาคือ
การให้บริการที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.45) วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.40)
ประกันภระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.31) ตามลำดับ และอยู่ในระดับค่อนข้างมาก
จำนวน 4 รายการ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้า
ได้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.92) ระยะเวลา
การผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องวดไม่สูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.63)
ความสะดวกในการมาติดต่อธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

จากข้อมูลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ในภาพรวมอยู่ที่ระดับค่อนข้างมาก $\bar{X} = 4.13$ ค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดคือ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น $\bar{X} = 4.61$ การให้บริการที่ดีของพนักงาน $\bar{X} = 4.45$ วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ $\bar{X} = 4.40$ และประกันภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น $\bar{X} = 4.31$

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

การศึกษาได้นำข้อมูลลงตารางเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา หน่วยงานต้นสังกัด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา โดยใช้วิธีทางสถิติค่าไคสแควร์ (X^2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา หน่วยงานต้นสังกัด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ซึ่งจะแสดงในตารางที่ 4.18 – 4.81

ตารางที่ 4.18 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาครกรูทไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

เพศ	ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อ					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ชาย	130	157	0	0	0	267	24.78	.000
หญิง	40	64	9	0	0	113		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาครกรูทไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาครกรูทไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.19 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาครกรูทไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

เพศ	ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ชาย	121	113	126	14	0	374	295.72	.000
หญิง	0	26	0	0	0	26		
รวม	121	139	126	14	0	400		

จากตารางที่ 4.19 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาครกรูทไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาครกรูทไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.20 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น

เพศ	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
		มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
		มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่น้อยที่สุด			
ชาย		130	157	0	0	0	287	101.75	.000
หญิง		113	0	0	0	0	113		
รวม		243	157	0	0	0	400		

จากตารางที่ 4.20 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.21 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น

เพศ	ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
		มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
		มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่น้อยที่สุด			
ชาย		146	119	22	0	0	287	114.05	.000
หญิง		0	113	0	0	0	113		
รวม		146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.21 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.22 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก

เพศ	ปัจจัยด้านช่องทาง การชำระหนี้		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มาก	ค่อนข้าง	ปาน	ค่อนข้าง	น้อย			
	ที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่สุด					
ชาย	126	83	78	0	0	287	163.92	.000		
หญิง	0	113	0	0	0	113				
รวม	126	196	78	0	0	400				

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.23 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน

เพศ	ปัจจัยด้านการให้บริการ ที่ดีของพนักงาน		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มาก	ค่อนข้าง	ปาน	ค่อนข้าง	น้อย			
	ที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่สุด					
ชาย	215	72	0	0	0	287	216.43	.000		
หญิง	0	77	36	0	0	113				
รวม	215	149	36	0	0	400				

จากตารางที่ 4.23 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันชีวิตไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.24 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

เพศ	ปัจจัยด้านความสะดวก ในการมาติดต่อ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
		มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
		ชาย	65	56	125	29			
หญิง	0	113	0	0	0	113			
รวม		65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.24 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



ตารางที่ 4.25 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชานาการกรุงไทย ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนานกว่าชานาการอื่น

เพศ	ปัจจัยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่า		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มาก	ค่อนข้าง	ปาน	ค่อนข้าง	น้อย			
	ที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่สุด					
ชาย	50	164	70	3	0	287	189.70	.000		
หญิง	0	0	109	0	4	113				
รวม	65	169	125	29	12	400				

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เพศ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชานาการกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชานาการกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าชานาการอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชานาการกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าชานาการอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ด้านการผ่อนชำระหนี้ มาหลายช่องทาง ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการติดต่อกับชานาการ และด้านระยะเวลาการผ่อนชำระ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.26 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

อายุ	ปัจจัยด้านการวงเงิน สินเชื่อสูงสุด		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	20 - 30 ปี	82	125	6	0			
31 - 40 ปี	74	80	3	0	0	157		
41 - 50 ปี	10	13	0	0	0	23	8.21	.413
51 - 60 ปี	3	0	0	0	0	3		
61 ปีขึ้นไป	1	3	0	0	0	4		
รวม	170	157	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.26 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.27 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อนอกประเทศชำระค่าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

อายุ	ปัจจัยด้านความ น่าเชื่อถือ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
		มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
20 - 30 ปี		54	88	64	7	0	213		
31 - 40 ปี		54	46	50	7	0	157		
41 - 50 ปี		9	4	10	0	0	23	19.24	.083
51 - 60 ปี		3	0	0	0	0	3		
61 ปีขึ้นไป		1	1	2	0	0	4		
รวม		213	157	23	3	4	400		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อนอกประเทศชำระค่าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อนอกประเทศชำระค่าราชการฯ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.28 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันภัยไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

อายุ	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
		มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
		มากที่สุด	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อยที่สุด	มากที่สุด			
20 - 30 ปี	137	76	0	0	0	213			
31 - 40 ปี	90	67	0	0	0	157			
41 - 50 ปี	13	10	0	0	0	23	7.07	.132	
51 - 60 ปี	0	3	0	0	0	3			
61 ปีขึ้นไป	3	1	0	0	0	4			
รวม	243	157	0	0	0	400			

จากตารางที่ 4.28 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันภัยไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทประกันภัยไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.29 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบนรถประมงลำราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้
ไม่สูงเกินความจำเป็น

อายุ	ปัจจัยด้านประกัน คุ้มครองภาระหนี้					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
20 - 30 ปี	70	132	11	0	0	213		
31 - 40 ปี	64	85	8	0	0	157		
41 - 50 ปี	10	13	0	0	0	23	29.32	.000
51 - 60 ปี	1	0	2	0	0	3		
61 ปีขึ้นไป	1	2	1	0	0	4		
รวม	146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงลำราชการฯ
ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงลำราชการฯ
ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.30 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบนรถประมงลำราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลาย
ช่องทางให้ลูกค้าเลือก

ปัจจัยด้านช่องทาง การผ่อนชำระ อายุ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	20 - 30 ปี	63	113	37	0			
31 - 40 ปี	50	75	32	0	0	157		
41 - 50 ปี	11	7	5	0	0	23	18.55	.017
51 - 60 ปี	0	0	3	0	0	3		
61 ปีขึ้นไป	2	1	1	0	0	4		
รวม	126	196	78	0	0	400		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงลำราชการฯ
ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงลำราชการฯ
ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.31 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน

ปัจจัยด้านการให้ บริการของพวง.	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
อายุ								
20 - 30 ปี	103	88	22	0	0	213		
31 - 40 ปี	87	56	14	0	0	157		
41 - 50 ปี	19	4	0	0	0	23	14.21	.076
51 - 60 ปี	3	0	0	0	0	3		
61 ปีขึ้นไป	3	1	0	0	0	4		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ
ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ
ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.32 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ปัจจัยด้านความสะดวก ในการติดต่อ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
อายุ								
20 - 30 ปี	31	104	63	10	5	213		
31 - 40 ปี	25	60	49	16	7	157		
41 - 50 ปี	5	4	11	3	0	23	32.93	.008
51 - 60 ปี	3	0	0	0	0	3		
61 ปีขึ้นไป	1	1	2	0	0	4		
รวม	65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทต่างๆ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.33 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป

อายุ	ปัจจัยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระ		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่น้อย					
20 - 30 ปี	25	78	106	1	3	213				
31 - 40 ปี	20	66	68	2	1	157				
41 - 50 ปี	2	17	4	0	0	23	23.85	.093		
51 - 60 ปี	2	1	0	0	0	3				
61 ปีขึ้นไป	1	2	1	0	0	4				
รวม	50	164	179	3	4	400				

จากตารางที่ 4.33 พบว่า อายุ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน และด้านระยะเวลาการผ่อนชำระ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย อย่างมีนัยสำคัญ .05 คือ ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านการผ่อนชำระหนี้มาหลายช่องทาง ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ตารางที่ 4.34 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

สถานภาพ	ปัจจัยด้านวงเงิน สินเชื่อสูงสุด		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	โสด	96	221	4	0			
สมรส	64	0	2	0	0	66		
หม้าย	8	0	3	0	0	11	148.64	.000
หย่าร้าง	2	0	0	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.35 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

ปัจจัยด้านความ น่าเชื่อถือ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
สถานภาพ								
โสด	75	116	126	4	0	321		
สมรส	40	18	0	8	0	66		
หม้าย	5	4	0	2	0	11	84.15	.000
หย่าร้าง	1	1	0	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	121	139	126	14	0	400		

จากตารางที่ 4.35 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้ำที่ใช้สินเชื่อบนประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.36 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

สถานภาพ	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มาก	ค่อนข้าง	ปาน	ค่อนข้าง	น้อย			
	ที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่สุด					
โสด	220	101	0	0	0	321				
สมรส	18	48	0	0	0	66				
หม้าย	4	7	0	0	0	11	42.02	.000		
หย่าร้าง	1	1	0	0	0	2				
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0				
รวม	243	157	0	0	0	400				

จากตารางที่ 4.36 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.37 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงสัญชาติไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น

สถานภาพ	ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ก่อนข้างมาก	ปานกลาง	ก่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
			ปานกลาง	ก่อนข้างน้อย				
โสด	103	209	9	0	0	321		
สมรส	40	18	8	0	0	66		
หม้าย	2	4	5	0	0	11	69.32	.000
หย่าร้าง	1	1	0	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงสัญชาติไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงสัญชาติไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.38 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทาง การผ่อนชำระ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	สถานภาพ							
โสด	102	173	46	0	0	321		
สมรส	24	18	24	0	0	66		
หม้าย	0	4	7	0	0	11	38.85	.000
หย่าร้าง	0	1	1	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	126	196	78	0	0	400		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.39 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการบริการที่ดีของพนักงาน

ปัจจัยด้านการบริการ ที่ดีของพณง. สถานภาพ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	โสด	159	126	36	0			
สมรส	48	18	0	0	0	66		
หม้าย	7	4	0	0	0	11	16.75	.010
หย่าร้าง	1	1	0	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านการบริการที่ดีของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.40 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ปัจจัยด้านความสะดวก ในการติดต่อ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
สถานภาพ								
โสด	44	146	100	29	2	321		
สมรส	15	18	25	0	8	66		
หม้าย	5	4	0	0	2	11	59.56	.000
หย่าร้าง	1	1	0	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้ำที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.41 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรส กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น

สถานภาพ	ปัจจัยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระ		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	น้อยที่สุด	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
โสด	36	122	156	3	4	321		
สมรส	8	40	18	0	0	66		
หม้าย	6	1	4	0	0	11	33.38	.001
หย่าร้าง	0	1	1	0	0	2		
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0		
รวม	50	164	179	3	4	400		

จากตารางที่ 4.41 พบว่า สถานภาพการสมรส ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทาง ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.42 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อรายจ่ายรายเดือน ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

ปัจจัยด้านวงเงินสูงสุด ที่ธนาคารให้	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
มัธยมปลาย	67	201	3	0	0	271	170.32	.000
อนุปริญญา	7	20	0	0	0	27		
ปริญญาตรี	92	0	6	0	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	4	0	0	0	0	4		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อรายจ่ายรายเดือน ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อรายจ่ายรายเดือน ด้านวงเงินสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.43 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อส่วนบุคคล ชนาคกรกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง
ของธนาคาร

ปัจจัยด้านวงเงินสูงสุด ที่ธนาคารให้	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
มัธยมปลาย	47	104	120	0	0	271	161.38	.000
อนุปริญญา	10	11	6	0	0	27		
ปริญญาตรี	63	23	0	12	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	1	1	0	2	0	4		
รวม	121	139	126	14	0	400		

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบุคคลประเภท
สินเชื่อส่วนบุคคล ชนาคกรกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบุคคล
ประเภทสินเชื่อส่วนบุคคล ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.44 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารอื่น

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่า		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
	มัธยมปลาย	208	6	0	0			
อนุปริญญา	11	16	0	0	0	27		
ปริญญาตรี	23	75	0	0	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	1	3	0	0	0	4		
รวม	243	157	0	0	0	400		

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.45 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อเช่ารถจักรยานยนต์ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้
ไม่สูงเกินความจำเป็น

ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านประกัน คุ้มครองภาระหนี้		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
มัธยมปลาย	71	197	3	0	0	271	108.45	.000
อนุปริญญา	16	11	0	0	0	27		
ปริญญาตรี	58	23	17	0	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	1	1	2	0	0	4		
รวม	146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อเช่ารถจักรยานยนต์ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบุคคลประเภทสินเชื่อเช่ารถจักรยานยนต์ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.46 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบนเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลาย
ช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทาง การชำระหนี้	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
มัธยมปลาย	95	161	15	0	0	271	127.62	.000
อนุปริญญา	11	11	5	0	0	27		
ปริญญาตรี	20	23	55	0	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	0	1	3	0	0	4		
รวม	126	196	78	0	0	400		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนเนกประสงค์
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนเนกประสงค์
ข้าราชการฯ ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กัน
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.47 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบนเคประสงค้ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน

ปัจจัยด้านการให้ บริการที่ดี ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
มัธยมปลาย	121	114	36	0	0	271	38.20	.000
อนุปริญญา	16	11	0	0	0	27		
ปริญญาตรี	75	23	0	0	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	3	1	0	0	0	4		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนเคประสงค้
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนเคประสงค้
ข้าราชการฯ ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.48 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงที่ท่าเรือท่าเรือฯ หนองคาย กรุงเทพมหานคร ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ปัจจัยด้านความสะดวก ในการติดต่อ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
มัธยมปลาย	14	134	94	29	0	271	161.54	.000
อนุปริญญา	5	11	11	0	0	27		
ปริญญาตรี	45	23	20	0	10	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	1	1	0	0	2	4		
รวม	65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงที่ท่าเรือท่าเรือฯ หนองคาย กรุงเทพมหานคร จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงที่ท่าเรือท่าเรือฯ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.49 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป

ปัจจัยด้านระยะเวลา การผ่อนชำระ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
มัธยมปลาย	4	116	144	3	4	271	108.90	.000
อนุปริญญา	5	11	1231	0	0	27		
ปริญญาตรี	39	36	1	0	0	98		
ปริญญาโทขึ้นไป	2	1	0	0	0	4		
รวม	50	164	179	3	4	400		

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทาง ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวนานกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.50 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

หน่วยงานต้นสังกัด	ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	91	221	0	0	0	312		
กระทรวงศึกษาธิการ	17	0	0	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	47	0	3	0	0	50	199.14	.000
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	15	0	6	0	0	21		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.50 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้ำที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.51 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

หน่วยงานต้นสังกัด	ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มาก	ค่อนข้าง	ปานกลาง	ค่อนข้าง	น้อย			
	ที่สุด	มาก		น้อย	ที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	72	114	126	0	0	312	338.89	.000
กระทรวงศึกษาธิการ	17	3	0	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	34	16	0	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	1	6	0	0	14	21		
รวม	121	139	126	0	14	400		

จากตารางที่ 4.51 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้ำที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.52 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

หน่วยงานต้นสังกัด	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	218	94	0	0	0	312	50.59	.000
กระทรวงศึกษาธิการ	3	14	0	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	16	34	0	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	6	15	0	0	0	21		
รวม	243	157	0	0	0	400		

จากตารางที่ 4.52 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้ำที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.53 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น

หน่วยงานต้นสังกัด	ปัจจัยด้านประกัน คุ้มครองภาระหนี้		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	105	207	0	0	0	312	230.45	.000
กระทรวงศึกษาธิการ	14	3	0	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	27	16	17	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	0	6	15	0	0	21		
รวม	146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.53 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้ำที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.54 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้ มีหลายช่องทางให้ลูกค้ายืมได้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทาง การชำระหนี้ หน่วยงานต้นสังกัด	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	126	171	15	0	0	312	204.17	.000
กระทรวงศึกษาธิการ	0	3	14	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	0	16	34	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	0	6	15	0	0	21		
รวม	126	196	78	0	0	400		

จากตารางที่ 4.54 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้ายืมที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้ายืมได้เลือก มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.55 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการบริการที่ดีของพนักงาน

ปัจจัยด้านการบริการที่ดี หน่วยงานต้นสังกัด	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	152	124	36	0	0	312	20.39	.002
กระทรวงศึกษาธิการ	14	3	0	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	34	16	0	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	15	6	0	0	0	21		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.55 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้าที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านการบริการที่ดีของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.56 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ปัจจัยด้านความสะดวก ในการติดต่อ หน่วยงานต้นสังกัด	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	14	144	125	29	0	312	420.47	.000
กระทรวงศึกษาธิการ	14	3	0	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	34	16	0	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	3	6	0	0	12	21		
รวม	65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.56 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้ำที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.57 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป

หน่วยงานต้นสังกัด	ปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
สนง.ตำรวจแห่งชาติ	0	151	154	3	4	312	269.93	.000
กระทรวงศึกษาธิการ	1	13	3	0	0	17		
กระทรวงสาธารณสุข	34	0	16	0	0	50		
กระทรวงการคลัง	0	0	0	0	0	0		
กระทรวงยุติธรรม	0	0	0	0	0	0		
หน่วยงานอื่นๆ	15	0	6	0	0	21		
รวม	50	164	179	3	4	400		

จากตารางที่ 4.57 พบว่า หน่วยงานต้นสังกัด ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านหน่วยงานต้นสังกัด กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทาง ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.58 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อ
อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

อาชีพ	ปัจจัยด้านวงเงิน สินเชื่อสูงสุด		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	ข้าราชการ	129	221	4	0			
พนักงานราชการ	23	0	0	0	0	23		
ลูกจ้างประจำ	9	0	2	0	0	11		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	0	3	0	0	12		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.58 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่ออเนกประสงค์ข้าราชการฯ
ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่ออเนกประสงค์ข้าราชการฯ
ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.59 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

อาชีพ	ปัจจัยด้านความ น่าเชื่อถือ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
		มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
ข้าราชการ		97	127	126	4	0	354	204.21	.000
พนักงานราชการ		18	5	0	0	0	23		
ลูกจ้างประจำ		0	3	0	8	0	11		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ		6	4	0	2	0	12		
รวม		121	139	126	14	0	400		

จากตารางที่ 4.59 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.60 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

อาชีพ	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ข้าราชการ	231	123	0	0	0	354	26.65	.000
พนักงานราชการ	5	18	0	0	0	23		
ลูกจ้างประจำ	3	8	0	0	0	11		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	8	0	0	0	12		
รวม	243	157	0	0	0	400		

จากตารางที่ 4.60 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.61 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น

อาชีพ	ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ข้าราชการ	125	220	9	0	0	354	150.71	.000
พนักงานราชการ	18	5	0	0	0	23		
ลูกจ้างประจำ	0	3	8	0	0	11		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	4	5	0	0	12		
รวม	146	232	23	0	0	400		

จากตารางที่ 4.61 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.62 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต การชำระหนี้ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก

อาชีพ	ปัจจัยด้านช่องทาง การชำระหนี้		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	น้อยที่สุด					
ข้าราชการ	124	184	46	0	0	354	85.15	.000		
พนักงานราชการ	2	5	16	0	0	23				
ลูกจ้างประจำ	0	3	8	0	0	11				
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	4	8	0	0	12				
รวม	126	196	78	0	0	400				

จากตารางที่ 4.62 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต การชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.63 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน

อาชีพ	ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดี					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ข้าราชการ	181	137	36	0	0	354		
พนักงานราชการ	18	5	0	0	0	23	10.84	.093
ลูกจ้างประจำ	8	3	0	0	0	11		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4	0	0	0	12		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.63 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.64 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

อาชีพ	ปัจจัยด้านความสะดวกในการติดต่อ		ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
			มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
	ข้าราชการ	44	157	122	29	2	354	258.78	.000	
พนักงานราชการ	16	5	3	0	0	23				
ลูกจ้างประจำ	0	3	0	0	8	11				
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	4	0	0	2	12				
รวม	65	169	125	29	12	400				

จากตารางที่ 4.64 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.65 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่อวงไม่สูงเกินไป

อาชีพ	ปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระ		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ข้าราชการ	36	144	167	3	4	354	69.07	.000
พนักงานราชการ	0	18	5	0	0	23		
ลูกจ้างประจำ	8	0	3	0	0	11		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	2	4	0	0	12		
รวม	50	164	179	3	4	400		

จากตารางที่ 4.65 พบว่า อาชีพ ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่อวงไม่สูงเกินไป มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทาง ปัจจัยด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย อย่างมีนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 4.66 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

ปัจจัยด้านวงเงินสูงสุด ที่ธนาคารให้	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
รายได้เฉลี่ย								
ต่ำกว่า 15,000	1	1	0	0	0	2		
15,000 - 25,000	101	220	4	0	0	325	212.31	.000
25,001 - 50,000	60	0	3	0	0	63		
50,000 - 100,000	8	0	2	0	0	10		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.66 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.67 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชกรรฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

ปัจจัยด้านความ น่าเชื่อถือ รายได้เฉลี่ย	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
ต่ำกว่า 15,000	1	1	0	0	0	2		
15,000 - 25,000	79	116	126	4	0	325	78.00	.000
25,001 - 50,000	36	19	0	8	0	63		
50,000 - 100,000	5	3	0	2	0	10		
รวม	121	129	126	14	0	400		

จากตารางที่ 4.67 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชกรรฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชกรรฯ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.68 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารอื่น

ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยถูก	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มาก	ค่อนข้าง	ปาน	ค่อนข้าง	น้อย			
	ที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่สุด			
รายได้เฉลี่ย								
ต่ำกว่า 15,000	1	1	0	0	0	2		
15,000 - 25,000	220	105	0	0	0	325	35.36	.000
25,001 - 50,000	19	4	0	0	0	63		
50,000 - 100,000	3	7	0	0	0	10		
รวม	243	157	0	0	0	400		

จากตารางที่ 4.68 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.69 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น

ปัจจัยด้านประกันคุ้มครอง ภาระหนี้	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	ที่น้อยที่สุด			
ต่ำกว่า 15,000	1	1	0	0	0	2		
15,000 - 25,000	107	109	9	0	0	325	67.82	.000
25,001 - 50,000	36	19	8	0	0	63		
50,000 - 100,000	2	3	5	0	0	10		
รวม	146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.69 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชการฯ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.70 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้ มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทาง การชำระหนี้ รายได้เฉลี่ย	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
ต่ำกว่า 15,000	0	1	1	0	0	2	43.03	.000
15,000 - 25,000	107	173	42	0	0	325		
25,001 - 50,000	19	19	25	0	0	63		
50,000 - 100,000	0	3	7	0	0	10		
รวม	126	196	78	0	0	400		

จากตารางที่ 4.70 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงค์ข้าราชการฯ ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.71 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน

ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดี	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ต่ำกว่า 15,000	1	1	0	0	0	2		
15,000 - 25,000	163	126	36	0	0	325	13.90	.031
25,001 - 50,000	44	19	0	0	0	63		
50,000 - 100,000	7	3	0	0	0	10		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.71 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของบริษัทฯ ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.72 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ปัจจัยด้านความสะดวก ในการติดต่อ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
รายได้เฉลี่ย								
ต่ำกว่า 15,000	1	1	0	0	0	2		
15,000 - 25,000	43	146	105	29	2	325	62.76	.000
25,001 - 50,000	16	19	20	0	8	63		
50,000 - 100,000	5	3	0	0	2	10		
รวม	65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.72 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.73 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องวงไม่สูงเกินไป

ปัจจัยด้านระยะเวลา การผ่อนชำระ	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
ต่ำกว่า 15,000	1	0	1	0	0	2	25.76	.012
15,000 - 25,000	35	127	156	3	4	325		
25,001 - 50,000	9	35	19	0	0	63		
50,000 - 100,000	5	2	3	0	0	10		
รวม	50	164	179	3	4	400		

จากตารางที่ 4.73 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องวงไม่สูงเกินไป มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ย กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทาง ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.74 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้

สมาชิกในครอบครัว	ปัจจัยด้านวงเงิน สินเชื่อสูงสุด		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มาก ที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
	2 คน	1	13	0	0			
3 คน	133	208	4	0	0	345	74.63	.000
4 คน	34	0	5	0	0	39		
5 คน ขึ้นไป	2	0	0	0	0	2		
รวม	170	221	9	0	0	400		

จากตารางที่ 4.74 พบว่า สมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.75 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร

ปัจจัยด้านความ น่าเชื่อถือ สมาชิกในครอบครัว	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
2 คน	1	13	0	0	0	14	102.85	.000
3 คน	100	115	126	4	0	345		
4 คน	19	10	0	10	0	39		
5 คน ขึ้นไป	1	1	0	0	0	2		
รวม	121	139	126	14	0	400		

จากตารางที่ 4.75 พบว่า สมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.76 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชกรรฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น

สมาชิกในครอบครัว	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่า					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
2 คน	13	1	0	0	0	14		
3 คน	219	126	0	0	0	345	27.39	.000
4 คน	10	29	0	0	0	39		
5 คน ขึ้นไป	1	1	0	0	0	2		
รวม	243	157	0	0	0	400		

จากตารางที่ 4.76 พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชกรรฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชกรรฯ ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.77 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น

สมาชิกในครอบครัว	ปัจจัยด้านประกัน คุ้มครองภาระหนี้					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
2 คน	1	13	0	0	0	14		
3 คน	128	208	9	0	0	345	75.02	.000
4 คน	16	10	13	0	0	39		
5 คน ขึ้นไป	1	1	0	0	0	2		
รวม	146	232	22	0	0	400		

จากตารางที่ 4.77 พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.78 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทางการชำระหนี้ สมาชิกในครอบครัว	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
2 คน	0	13	1	0	0	14	98.33	.000
3 คน	126	172	47	0	0	345		
4 คน	0	10	29	0	0	39		
5 คน ขึ้นไป	0	1	1	0	0	2		
รวม	126	196	78	0	0	400		

จากตารางที่ 4.78 พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ชนาคารกรุงไทย ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.79 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน

สมาชิกในครอบครัว	ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดี					รวม	X ²	P
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
2 คน	1	10	3	0	0	14		
3 คน	184	128	33	0	0	345	20.86	.002
4 คน	29	10	0	0	0	39		
5 คน ขึ้นไป	1	1	0	0	0	2		
รวม	215	149	36	0	0	400		

จากตารางที่ 4.79 พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบนรถประมงข้าราชการฯ ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.80 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

ปัจจัยด้านความสะดวก ในการติดต่อ สมาชิกในครอบครัว	ระดับความสำคัญ					รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย ที่สุด			
2 คน	1	13	0	0	0	14	139.49	.000
3 คน	44	145	125	29	2	345		
4 คน	19	10	10	0	10	39		
5 คน ขึ้นไป	1	1	0	0	0	2		
รวม	65	169	125	29	12	400		

จากตารางที่ 4.80 พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4.81 ค่าไคสแควร์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป

สมาชิกในครอบครัว	ปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระ		ระดับความสำคัญ			รวม	X ²	P
	มากที่สุด	ก่อนข้างมาก	ปานกลาง	ก่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด			
2 คน	1	0	10	0	3	14	91.89	.000
3 คน	35	148	158	3	1	345		
4 คน	14	15	10	0	0	39		
5 คน ขึ้นไป	0	1	1	0	0	2		
รวม	50	164	179	3	4	400		

จากตารางที่ 4.81 พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ของลูกค้าที่ใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากข้อมูลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุด ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลายช่องทาง ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยด้านระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรส ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านหน่วยงานต้นสังกัด ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการชำระหนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร ปัจจัยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น

ระดับนัยสำคัญที่ .05 ส่วนปัจจัยด้านอาชีพ ไม่สัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของพนักงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และยังสรุปได้ยิ่งกว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของข้าราชการฯ ราชการไทย ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ด้านช่องทางการผ่อนชำระ และด้านความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เท่านั้น

ทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของข้าราชการฯ ราชการไทย จังหวัดยะลา

การวิจัยได้นำข้อมูลลงตารางเพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของข้าราชการฯ ราชการไทย โดยใช้วิธีทางสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของข้าราชการฯ ราชการไทย โดยกำหนดให้ แสดงโดยตารางที่ 4.82



ตารางที่ 4.82 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1.00							
2	.289**	1.00						
3	-.712**	0.10	1.00					
4	-.769**	.122*	.842**	1.00				
5	-.759**	0.14	.938**	.888**	1.00			
6	.443**	0.28	-.549**	-.441**	-.620**	1.00		
7	-.526**	-0.34	.801**	.610**	.793**	-.372**	1.00	
8	.581**	.324**	-.466**	-.398**	-.466**	.480**	-.170**	1.00

หมายเหตุ ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- 1 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ 2 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
 3 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง 4 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด
 5 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร 6 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะผู้ให้บริการ ทางกายภาพ
 7 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ 8 = ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้สินค้า

จากตารางที่ 4.82 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .289 ถึง .938 เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา ที่ .289 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และลักษณะทางกายภาพ ที่ .443 ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่ .842 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการและช่องทาง

การจัดจำหน่าย ที่ .938 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ .801 ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ที่ .888 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด ที่ .793 โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้บริการ ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา สูงสุด (ตามลำดับ)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบ หรือสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวก เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านราคา

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ ข้าราชการฯ ในระดับมากที่สุด และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ ข้าราชการฯ ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต
ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา โดยระเบียบวิธีวิจัยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ
ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม
ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตของธนาคาร จำนวน 400 คน

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต
ของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ
ของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้
สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจ
เลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

2. วิธีดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มประชากรซึ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อบริษัท
ประกันชีวิตของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา จำนวน 6 สาขา (สาขายะลา สาขาสิโรต สาขาโคโลนีเซียม ซีนีเพล็กซ์ฯ
บันนังสตา รามัน ยะหา) จังหวัดยะลา คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต
ของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา จำนวน 400 คน
- 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จะได้จำนวนตัวอย่างได้ 400 ราย การเลือกตัวอย่าง
ที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (CONVENIENCE SAMPLING)
โดยจะแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จำนวน 250 ตัวอย่าง และนอกเขตอำเภอเมือง
จำนวน 150 ตัวอย่าง
- 3) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิตข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา”
ประกอบด้วย 4 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (closed-ended question) ที่เลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ (check list answer) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว (best answer)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา จำนวน 7 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (closed-ended question) ที่เลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ (check list answer)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ฯ จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (closed-ended question) ที่เลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้ (check list answer)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ เป็นคำถามปลายเปิด

1. สรุปการศึกษา

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าสินค้าอเนกประสงค์ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.8 อายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.3 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80.3 ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 67.7 สังกัดหน่วยงานสำนักงานตำรวจแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 78.0 มีอาชีพเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 88.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 81.3 โดยส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 3 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3

1.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.99$) สามารถจำแนกได้ ในด้านราคา (อัตราดอกเบี้ย, ค่าธรรมเนียม) และช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่บริการ, ที่ตั้งสาขา) อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับความสำคัญค่อนข้างมาก และปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประเภทสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.89$) สามารถจำแนกได้ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ รูปแบบการให้บริการ และการอธิบายรายละเอียดของสินเชื่อ มีความสะดวกรวดเร็ว เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อ, วงเงินที่ได้รับสูงกว่าธนาคารอื่น, ด้านเอกสารประกอบการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยาก จัดเตรียมได้ง่าย, ด้านชื่อเสียงของธนาคารเป็นธนาคารชื่อดัง เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า, ด้านความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน อยู่ระดับค่อนข้างมาก และระบบความปลอดภัยของธนาคาร มีพนักงานรักษาความปลอดภัย ก້ອງวงจรปิดชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง

1.4 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประเภทสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) สามารถจำแนกได้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการเสนอประกันคุ้มครองวงเงินกู้ไม่สูงมาก รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น, ค่างวดในการผ่อนชำระไม่สูงเกินไป, และการยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการเงินกู้ อยู่ที่ระดับมากที่สุด

1.5 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประเภทสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) สามารถจำแนกได้ พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ มีการจัดพื้นที่บริการเพียงพอ กับลูกค้าที่มาใช้บริการ รองลงมาคือ สาขาที่ให้บริการทั่วถึงเข้าถึงได้ง่าย ทำเลดี และด้านสถานที่จอดรถเพียงพอ อำนวยความสะดวก และสามารถติดต่อชำระหนี้ได้สะดวก ผ่านช่องทางต่างๆ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

1.6 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประเภทสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุดค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.03$) สามารถจำแนกระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด คือ การจัด Promotion ลดอัตราดอกเบี้ย และมีการโฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และมีการแจกของสมนาคุณต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง

1.7 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อกันประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) สามารถจำแนกได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่สูงสุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการแนะนำบริการสินค้า ร่องลงมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม และพนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูลและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส ร่องลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการบริการ

1.8 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อกันประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.76$) สามารถจำแนกได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด คือ การรักษาความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ ร่องลงมา คือ ป้ายประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ของธนาคารอยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจน อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารมีทั่วถึง อยู่ในระดับปานกลาง

1.9 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อกันประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.15$) สามารถจำแนกได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมากที่สุด คือ มีระบบการทำงานของธนาคารที่แม่นยำ เข้าใจง่ายและเชื่อถือได้ และให้ระดับความสำคัญด้านการมีระเบียบ ขั้นตอนต่างๆ ไม่ยุ่งยากเข้าใจง่าย ร่องลงมาคือ ด้านช่องทางการชำระหนี้สะดวก, ด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการบริการ, ลูกค้าไม่ต้องรอคิวนานๆ, ด้านขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

1.10 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อกันประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา พบว่า ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อกันประสงค์ฯ อยู่ในระดับความสำคัญค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.13$) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าเชื่อกันประสงค์ฯ ที่ระดับมากที่สุด จำนวน 4 รายการ คือ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ร่องลงมาคือ การให้บริการที่ดีของพนักงาน,

วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้, ประกันภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น และอยู่ในระดับค่อนข้างมาก คือในด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก รองลงมาคือความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร, ระยะเวลาการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่อวงไม่สูงเกินไป และความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร

1.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อประเภทประจำราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อประเภทประจำราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อประเภทประจำราชการธนาคารกรุงไทยฯ จำนวน 5 ด้าน คือ ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

1.13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อประเภทประจำราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.14 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อประเภทประจำราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านหน่วยงานต้นสังกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ คือ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

1.17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร ด้านอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น ด้านการผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้เลือก ด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ด้านความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริษัทประกันชีวิต ประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .324 ถึง .842 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สูงที่สุด เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่น้อยที่สุด เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดราคากับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันในทางลบ หรือสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของธนาคารกรุงไทย คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

2. อภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ การทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าย่อยส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.3 อายุช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.3 ซึ่งผลดังกล่าว แสดงว่า ลูกค้าย่อยที่มีเพศชาย ในช่วงอายุนี้ มีการวางแผนและมีการก่อกำหนดเพิ่มขึ้น มีสถานะภาพโสด ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 67.7 อาชีพข้าราชการ อยู่ในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 78.0 เพิ่งเริ่มทำงาน แสดงว่า กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายของธนาคารเป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยสร้าง ความมั่นคง มีความต้องการก่อกำหนดเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของตนเอง เช่น รถยนต์ ที่ดิน บ้าน หรือใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การแต่งงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรพัฒน์ บิลพัฒน์ (2552) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันการเงินในการขอสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมโดยรวมการตัดสินใจเลือกสถาบันการเงินในการขอสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วรพล ดีขาว (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 พบว่า เพศ อายุ อาชีพ เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบริการออมสิน เขตชลบุรี 1 ที่ระดับนัยสำคัญ นั่นหมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้งปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสำคัญต่อการเลือกใช้สินเชื่อบริการประกันชีวิตของธนาคารกรุงไทย

ทำให้ธนาคารทราบถึงข้อมูลของลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ และสามารถปรับปรุงการให้บริการ และผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงลูกค้าในพื้นที่จังหวัดยะลา ให้ความสนใจในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการเงินกู้ ค่างวดในการผ่อนชำระไม่สูงเกินไป การเสนอประกันคุ้มครองวงเงินกู้ไม่สูงมาก มีสาขาที่ให้บริการทั่วถึงเข้าถึงได้ง่าย ทำเลดี สถานที่จอดรถเพียงพอ อำนวยความสะดวก มีการจัดพื้นที่บริการเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ สามารถติดต่อชำระหนี้ได้สะดวก ผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ในพื้นที่จังหวัดยะลา ทั้งในเรื่องของความเสี่ยงด้านรายได้ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุภัททิ์ คำมณี (2559) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานางลิ้นจี่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด สุพัฒนา คชวิน (2553) ศึกษาคุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยการการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการตอบสนองลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน นั้นหมายความว่า ธนาคารควรเน้นตอบสนองลูกค้าปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ในด้านอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น ค่าธรรมเนียมการกู้ยืมเงินจากธนาคาร อัตราการผ่อนชำระที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น รวมถึงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารมีสาขาที่ให้บริการลูกค้ามีทั่วถึง สถานที่จอดรถมีเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างสะดวก พื้นที่การให้บริการที่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนี้ล้วนมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ด้านสถานภาพ

ด้านการศึกษาด้านหน่วยงานต้นสังกัด ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ในทุกปัจจัย ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ายกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ในพื้นที่จังหวัดยะลา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวในระดับสูง แต่ยังมีบางปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ที่ระดับนัยสำคัญ .05 คือ ปัจจัยด้านอายุไม่สัมพันธ์กับปัจจัยด้านประกันคุ้มครองภาระหนี้ ช่องทางการชำระหนี้ ความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร ปัจจัยด้านอาชีพ ไม่สัมพันธ์กับปัจจัยด้านการให้บริการที่ดีของพนักงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชญาภา บุญมีพิพิธ (2556) การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน เขตบางแค พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตบางแค กิตติพัฒน์ รัตนพรวาริสกุล (2556) ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์สาขาหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจสินเชื่อธุรกิจของธนาคารพาณิชย์สาขาหนึ่งในจังหวัดชลบุรี นั้นหมายความว่า ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ทั้งด้านวงเงินกู้ ความน่าเชื่อถือของธนาคาร อัตราดอกเบี้ยการกู้ยืม ประกันคุ้มครองภาระหนี้ ช่องทางการผ่อนชำระหนี้ที่มีหลากหลาย การให้บริการที่ดีของพนักงาน ความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร รวมถึงระยะเวลาการผ่อนชำระที่ยาวกว่าธนาคารอื่นทำให้ลูกค้าผ่อนชำระหนี้ในแต่ละงวดไม่สูงเกินไป

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ายกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ในพื้นที่จังหวัดยะลา ให้ความสำคัญกับสถานที่จอดรถ พื้นที่การให้บริการ ช่องทางการชำระหนี้ ซึ่งอาจเกี่ยวเนื่องมาจากปัจจัยความเสี่ยงด้านความไม่สงบของสถานการณ์ในพื้นที่ รวมถึงการต้องการได้รับความดูแลจากธนาคารเรื่องความสะดวกต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรัสวดี มีด้วง (2558) ศึกษา

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักงานดำเนินเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ โดยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับสูง เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งของสาขาสะดวกต่อการใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มจำนวนสาขาและพิจารณาสถานที่ตั้งที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้สะดวก ช่วยอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางและสถานที่จอดรถ ชัยรัชต์ สันติเศรษฐชัย (2554) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของลูกค้า กรณีศึกษาสำนักงานธุรกิจถนนพระยาธรรมา (ชลบุรี) ธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับสูงที่สุด นั้นหมายความว่าธนาคารควรให้ความสำคัญและใส่ใจรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและการดูแลอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านสถานที่จอดรถ ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกของพื้นที่ให้บริการ ความสะอาดเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความชำนาญทั้งด้านข้อมูล รวมถึงทักษะการให้บริการที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 เนื่องจากจากการศึกษา ลูกค้าที่ใช้สินเชื่ออเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี มีอาชีพรับราชการ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ดังนั้น เพื่อให้ธนาคารยังคงรักษารฐานลูกค้าเดิมที่จะมาขอใช้สินเชื่อเพิ่ม และการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ให้มามากขึ้น ธนาคารจึงต้องมีการตอบสนองความต้องการสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ เนื่องจากในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีจำนวนบุคลากรตำรวจ เป็นจำนวนมาก และทางหน่วยงานต้นสังกัดก็มีการนำเสนอสินเชื่อของสหกรณ์ตำรวจที่ให้วงเงินสินเชื่อค่อนข้างสูง มาแข่งกับธนาคาร ทางธนาคารจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ทั้งทางด้านการจูงใจด้านวงเงินสูง ระยะเวลาการผ่อนชำระที่นาน เพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ธนาคารมากขึ้น

3.1.2 ในปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้ ปัจจัยอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านประกันภาระหนี้ที่เสนอขายไม่สูงเกินความจำเป็น และปัจจัยการให้บริการที่ดีของพนักงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจ ธนาคารจึงต้องปรับปรุงระเบียบและค้นคว้าหาข้อมูลจากธนาคารคู่แข่งต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับนโยบายสินเชื่อของธนาคาร

โดยอยู่ภายใต้การจัดการความเสี่ยงที่ดี และการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ตัวตนของลูกค้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงและการตอบข้อซักถามของลูกค้าได้อย่างชัดเจน และถูกต้องตามระเบียบ

3.1.3 เนื่องจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ สถานภาพ การศึกษา หน่วยงาน ต้นสังกัด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา ทางธนาคารจึงต้องมีการปรับปรุงระเบียบ วิธีการ ในการอำนวยความสะดวก ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านความเสี่ยงในการเกิดการผิดนัดชำระหนี้เป็นสำคัญด้วย

3.1.4 เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย มีความสัมพันธ์กันดังนั้น เพื่อให้สามารถธนาคารยังคงรักษฐานลูกค้าเดิมที่จะมาขอใช้บริการเพิ่ม และการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ให้มีมากขึ้น ธนาคารจึงควรมีการจัดเตรียมสถานที่ทั้งภายในธนาคาร และพื้นที่จอร์ด ให้มีความปลอดภัย รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผ่านช่องทางต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ทางสื่อออนไลน์ การเดินตลาดหาลูกค้าสินเชื่อ ช่องทางการชำระหนี้ให้มีความหลากหลายครอบคลุมมากขึ้นด้วย

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศึกษาในด้านการให้บริการสินเชื่อผ่านระบบออนไลน์ application ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ ศึกษาปัจจัยในการป้องกันการเกิดการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ความต้องการ หรือปัญหาต่างๆ ที่จะสามารถนำมาปรับใช้เพื่อประโยชน์ในการจัดการและวางแผนทางการตลาดของธนาคารต่อไป

3.2.2 ควรทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบในพื้นที่ของภูมิภาคหรือจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย ที่ไม่ได้มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่และความเสี่ยงในเรื่องของความไม่สงบจากสถานการณ์ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ธนาคารกรุงไทย ในแต่ละพื้นที่นั้นแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เนื่องจากจังหวัดอื่นๆ มีพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และประชากรจำนวนมากกว่า

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- ชญากา บุญมีพิพิธ. (2556). *พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตบางแค.* (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ.* กรุงเทพมหานคร: ต.เอเชียเพรส (1969).
- ธนาคารกรุงไทย. (2562). *สินเชื่อเนกประสงค์.* สืบค้นจาก <https://www.ktb.co.th/th/krungthai-update/promotion-detail/185>
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย spss และ amos.* กรุงเทพมหานคร: เอส.อาร์.พรีนติ้ง แมสโปรดักส์.
- ประสงค์ ทองอินทร์. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินสาขาพร้าว จังหวัดเชียงใหม่.* (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พันธุ์ทิพย์ ศิประเสริฐดำรง. (2559). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- วัลลภูตา แจ่มเปล่า. (2559). *การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด.* (งานนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- วันเฉลิม เขตชัยคุปต์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์กับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- วรพัฒน์ บิลพัฒน์. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อในการขอสินเชื่อซื้อรถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- วรพล ดีขาว. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน เขตชลบุรี.* วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี 52.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาการศึกษา.
- _____. (2552). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ธนัชการพิมพ์.
- _____. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ชรรรมสาร.
- สุภักวี คำมณี. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตและลูกจ้างประจำจากธนาคารกรุงไทย สาขานนทบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปทุมธานี.
- สุรัสดา มีดวง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินสำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ใน *แนวทางการศึกษาการจัดการการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์*. นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2559). *วิจัยการตลาด*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. (2553). *ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ของพนักงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- Engle, James F. Kollat, David T, Blackwell, Roger D. (1968). *Consumer Behavior*. New York Holt, Rinehart and winston.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ
 ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย ในเขตพื้นที่ จังหวัดยะลา จึงใครขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ได้จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ
 ธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ
 ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการให้บริการสินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ

ท่านใช้หรือเคยใช้สินค้าอเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย มาแล้วกี่ปี (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1 – 3 ปี |
| <input type="checkbox"/> 4 – 6 ปี | <input type="checkbox"/> 7 – 9 ปี |
| <input type="checkbox"/> 10 ปีขึ้นไป | <input type="checkbox"/> ไม่เคยใช้บริการเลย |

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าสินค้าอเนกประสงค์ธนาคารกรุงไทย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง (ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. เพศ

1. หญิง 2. ชาย

2. อายุ

1. 20 – 30 ปี 2. 31 – 40 ปี 3. 41 – 50 ปี
 4. 51 – 60 ปี 5. 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

1. โสด
 2. สมรส
 3. หม้าย
 4. หย่าร้าง
 5. อื่นๆ.....

4. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย
 2. อนุปริญญา/ปวส./ปวช.
 3.ปริญญาตรี
 4. ปริญญาโทขึ้นไป

5. หน่วยงานต้นสังกัด

1. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
 2. กระทรวงศึกษาธิการ
 3.กระทรวงสาธารณสุข
 4. กระทรวงการคลัง
 5. กระทรวงยุติธรรม
 6. หน่วยงานอื่นๆ.....

6. อาชีพ

1. ข้าราชการ
 2. พนักงานราชการ
 3. ลูกจ้างประจำ
 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 5. อื่นๆ.....

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000
 2. 15,001 – 25,000
 3. 25,001 – 50,000
 4. 50,001 – 100,000
 5. 100,001 ขึ้นไป

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

1. 2 คน
 2. 3 คน
 3. 4 คน
 4. 5 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ

ธนาคารกรุงไทย

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ประเด็นต่อไปนี้มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ของธนาคารกรุงไทย ในระดับใด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญในการเลือกใช้สินเชื่อ				
	น้อยที่สุด (1)	ค่อนข้างน้อย (2)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างมาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)					
1.1 เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก จัดเตรียมได้ง่าย					
1.2 วงเงินที่ได้รับสูงกว่าธนาคารอื่น					
1.3 ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน เช่น การติดต่อกับลูกค้า การทำงานที่รวดเร็ว					
1.4 ระบบความปลอดภัยของธนาคาร มีพนักงานรักษาความปลอดภัย กว๊องจระปิดชัดเจน					
1.5 ชื่อเสียงของธนาคาร เป็นธนาคารชื่อดัง เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า					
1.6 รูปแบบการให้บริการและการอธิบายรายละเอียดของสินเชื่อ มีสะดวกรวดเร็ว มีการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจการชำระหนี้ การขอสินเชื่อ รวมถึงขั้นตอนการขอสินเชื่อ					
2. ด้านราคา (price)					
2.1 อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่นๆ					
2.2 การยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการเงินกู้ ซึ่งลูกค้าต้องชำระในวันทำสัญญา					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญในการเลือกใช้สินเชื่อ				
	น้อยที่สุด (1)	ค่อนข้างน้อย (2)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างมาก (4)	มากที่สุด (5)
2.3 ค่างวดในการผ่อนชำระไม่สูงเกินไป เมื่อเทียบกับธนาคารอื่น					
2.4 เสนอประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงมาก แต่ครอบคลุมภาระหนี้ที่คู่กับธนาคาร					
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (place)					
3.1 มีสาขาที่ให้บริการทั่วถึง เข้าถึงได้ง่ายและมีทำเลที่ตั้งติดต่อดีสะดวก					
3.2 สถานที่จอดรถเพียงพอ มีการจัดหาอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถให้ลูกค้าได้จอดได้อย่างสะดวกสบาย					
3.3 มีการจัดพื้นที่การให้บริการเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีเก้าอี้ โซนเครื่องดื่ม ให้ลูกค้าได้รอคิวอย่างสบายใจ					
3.4 สามารถติดต่อชำระหนี้ได้สะดวก ผ่านหลายช่องทางทั้ง อินเทอร์เน็ต/Counter service/ ธนาคารสาขาต่างๆ เป็นต้น					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ website อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง					
4.2 มีการแจกของสมนาคุณต่างๆ เช่น กระเป๋า ร่ม สมุด โน้ต ปฏิทิน ตุ๊กตา เป็นต้น					
4.3 มีการจัด promotion ลดอัตราดอกเบี้ยพิเศษตามเทศกาลต่างๆ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญในการเลือกใช้สินเชื่อ				
	น้อยที่สุด (1)	ค่อนข้างน้อย (2)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างมาก (4)	มากที่สุด (5)
5. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)					
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการแนะนำบริการสินเชื่อของธนาคาร ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการแนะนำการขอสินเชื่อกับธนาคารอย่างละเอียดและเข้าใจอย่างชัดเจน					
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.3 พนักงานมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส					
5.4 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม ไม่ได้เลือกบริการลูกค้าเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ					
5.5 พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหา ข้อมูล และแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ถูกต้องและตรงตามความต้องการ					
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evident)					
6.1 การรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ให้บริการ ไม่มีฝุ่น พื้นที่บริการดูสะอาดเรียบร้อย					
6.2 ป้ายประชาสัมพันธ์และผลิตภัณฑ์ของธนาคารอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน					
6.3 ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร เช่น กล้องวงจรปิด พนักงานรักษาความปลอดภัย มีทั่วถึงลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญในการเลือกใช้สินเชื่อ				
	น้อยที่สุด (1)	ค่อนข้างน้อย (2)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างมาก (4)	มากที่สุด (5)
7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
7.1 มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็วในการติดต่อขอสินเชื่อ					
7.2 ช่องทางการชำระหนี้สะดวก เช่น ผ่าน Internet banking/ การหักนำส่งจากหน่วยงาน การตัดบัญชีอัตโนมัติ การชำระผ่านเคาท์เตอร์ธนาคาร เป็นต้น					
7.3 มีระเบียบ ขั้นตอนต่างๆ ในการบริการไม่ยุ่งยากและชัดเจน ลูกค้ำเข้าใจได้ง่าย					
7.4 มีระบบการทำงานของธนาคารที่แม่นยำเข้าใจง่ายและ เชื่อถือได้					
7.5 จำนวนพนักงานมีมากพอ ในการให้บริการ ลูกค้ำไม่ต้องรอคิวนานเพื่อติดต่อกับพนักงานเพียงคนเดียว					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ธนาคารกรุงไทย

อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ประเด็นต่อไปนี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการฯ ของธนาคารกรุงไทย อ.เมืองยะลา จังหวัดยะลา

ปัจจัยการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญในการเลือกใช้สินเชื่อ				
	น้อยที่สุด (1)	ค่อนข้างน้อย (2)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างมาก (4)	มากที่สุด (5)
1. วงเงินสินเชื่อสูงสุดที่ธนาคารให้ได้					
2. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร					
3. อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารอื่น					
4. ประกันคุ้มครองภาระหนี้ไม่สูงเกินความจำเป็น					
5. การผ่อนชำระหนี้มีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าได้เลือก					
6. การให้บริการที่ดีของพนักงาน					
7. ความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร					
8. ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าผ่อนชำระต่องวดไม่สูงเกินไป					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

****ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม****

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวศรารัตน์ จาระวรรณ
วัน เดือน ปีเกิด	28 กรกฎาคม 2532
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
สถานที่ทำงาน	บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขายะลา จังหวัดยะลา สังกัดสำนักงานเขตยะลา
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่อาวุโสซูเปอร์ไวเซอร์ธุรกิจสินเชื่อ

