

Scanned

**ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)**

**นางสาวหนึ่งฤทัย รักเที่ยง**

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2552

**Customer' Decision Factors in Demanding Thanachart Banking Service**

**Miss Nungruthai Rakthieng**

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for**

**the Degree of Master of Economics**

**School of Economics**

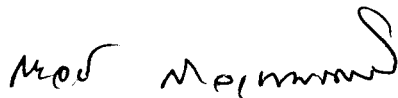
**Sukhothai Thammathirat Open University**

**2009**

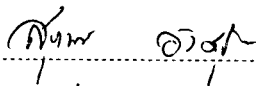
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ      ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด  
(มหาชน)  
ชื่อและนามสกุล                              นางสาวหนึ่งฤทัย รักเที่ยง  
แขนงวิชา                                        เศรษฐศาสตร์  
สาขาวิชา                                        เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา                              รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนี กังวานพรศิริ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2553

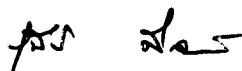
คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนี กังวานพรศิริ)



..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภมาส อังสุโชติ)



.....  
(รองศาสตราจารย์สุनीย์ ศิลพิพัฒน์)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)  
 ผู้ศึกษา นางสาวหนึ่งฤทัย รักเที่ยง รหัสนักศึกษา 2506000393 ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
 อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์ กังวานพรศิริ ปีการศึกษา 2552

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าของธนาคาร (2) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) (3) ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้ได้กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันจำนวน 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ในช่วงเวลา 1 – 30 เมษายน 2553 วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ปัจจัยร่วม ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุดคือ 3 ธนาคาร ธนาคารที่ใช้บริการมากที่สุด นอกเหนือจากธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย สาเหตุที่เลือกใช้คือ ความสะดวกในการเดินทาง (2) ปัจจัยร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มี 7 ปัจจัย คือ 1) คุณภาพการบริการของธนาคาร ตัวชี้วัดสำคัญคือระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยากและระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อม 2) ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร ตัวชี้วัดสำคัญคือ การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก 3) การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของธนาคาร ตัวชี้วัดสำคัญคือ ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์และมีภาพลักษณ์ทันสมัย 4) บริการพิเศษ สถานที่และอัตราผลตอบแทนสูง ตัวชี้วัดสำคัญ คือ การเปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้าและนอกเวลาทำการ 5) ความสะดวกและความน่าเชื่อถือ ตัวชี้วัดสำคัญ คือ สาขาของธนาคารอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน เดินทางสะดวก 6) อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ ตัวชี้วัดสำคัญคือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนจากบัญชีออมทรัพย์เข้าบัญชีเงินฝากกระแสรายวันค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น 7) คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ ตัวชี้วัดสำคัญคือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและเอาใจใส่ลูกค้าดี (3) ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่ ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร รองลงมาได้แก่ บริการพิเศษ สถานที่และอัตราผลตอบแทนสูง คุณภาพและความน่าเชื่อถือ อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดได้แก่ คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ

คำสำคัญ ปัจจัยในการตัดสินใจ บริการของธนาคาร ลำดับความสำคัญของปัจจัย

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร. กาญจณี กังวานพรศิริ ประธานกรรมการที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ในขณะทำการศึกษา จนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. สุภมาส อังสุโชติ ที่กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติมถึงขั้นตอนวิธีการใช้โปรแกรมในการทำการวิจัย จนทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจมากขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของคณาจารย์ทุกท่าน เป็นอย่างยิ่ง และขอกราบพระขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ที่ท่านได้สละเวลาจนการค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณ คุณเพ็ญธิดา สาครมณีรัตน์ ที่ให้ความช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลในการทำการวิจัย ให้คำแนะนำ คอยห่วงใย และเป็นกำลังใจที่ดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณ คุณสุทธิพรธม ศิริประภักษ์ ผู้จัดการธนาคาร ธนชาต สาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ ที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีให้ผู้วิจัย ที่สำคัญขาดไม่ได้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยห่วงใย และให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใด จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ และ ขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

หนึ่งฤทัย รักเที่ยง

มิถุนายน 2553

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	23
เครื่องมือในการวิจัย.....	24
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด.....	30
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
การแปลผลข้อมูล.....	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	33
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร.....	36
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) .....	38
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
สรุปผลการวิจัย.....	57
อภิปรายผล.....	62
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	63
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	63
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	68
ก แบบสอบถาม .....	70
ข ข้อมูลที่ใช้ประมวลผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบ .....	74
ประวัติผู้ศึกษา.....	83

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว.....	34
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร.....	36
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และการจัดอันดับของตัวแปร	39
ตารางที่ 4.4 ตารางเมทริกซ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน.....	41
ตารางที่ 4.5 ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy และ Bartlett's Test of Sphericity.....	43
ตารางที่ 4.6 ค่า Total Variance Explained .....	44
ตารางที่ 4.7 ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) .....	46
ตารางที่ 4.8 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 1 “คุณภาพการบริการของธนาคาร.....	47
ตารางที่ 4.9 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 2 “ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร” .....	48
ตารางที่ 4.10 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 3 “การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของ ธนาคารต่อบุคคลภายนอก” .....	49
ตารางที่ 4.11 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 4 “บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตรา ผลตอบแทนสูง” .....	50
ตารางที่ 4.12 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 5 “ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ” .....	51
ตารางที่ 4.13 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 6 “อัตราค่าธรรมเนียมค่า” .....	52
ตารางที่ 4.14 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 7 “คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี” .....	53



**สารบัญภาพ**

	หน้า
ภาพที่ 2.1 อุปสงค์ต่อราคา.....	11
ภาพที่ 2.2 คุณภาพของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเพียงชนิดเดียว.....	15
ภาพที่ 2.3 ต้นทุนในการเสียโอกาสในแบบจำลองของ Baumol และ Tobin.....	18

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญ เป็นตัวกลางทางการเงิน ทำหน้าที่จัดสรรและถ่ายโอนทรัพยากรทางการเงินระหว่างสินทรัพย์และผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลายรูปแบบ ระบบสถาบันการเงินประกอบด้วยสถาบันการเงินหลายประเภท อาทิ ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดในระบบ รวมถึงบริษัทเงินทุน สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐต่าง ๆ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกันภัย เป็นต้น

โดยธนาคารพาณิชย์ เป็นตัวกลางหลักในการระดมเงินฝากจากประชาชน เพื่อปล่อยสินเชื่อแก่นักลงทุน ธนาคารพาณิชย์แบ่งออกเป็น ธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นสาขาของธนาคารต่างประเทศ และสาขานานาชาติต่างประเทศ ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในรอบปี 2552 เป็นปีที่มีความท้าทายในการแข่งขัน แต่ละธนาคารมุ่งขยายฐานเงินฝากและขยายปริมาณสินเชื่อ รวมถึงการให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร ซึ่งการแข่งขันระหว่างธนาคารต่าง ๆ ในตลาดภายในประเทศ มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากร และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อให้บริการผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ที่รวดเร็วกว่าที่เคยให้บริการมา ทั้งหมดนี้ก็เพื่อที่จะให้บริการที่ดีขึ้นแก่ผู้บริโภค เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากการปรับปรุงภายในเพื่อให้บริการที่ดีขึ้นแล้ว ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งยังหันไปขยายธุรกิจไปในด้านที่ธนาคารพาณิชย์ยังไม่มีประสบการณ์ได้ อีก เช่น การเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัย และประกันชีวิต รวมถึงการจัดสินเชื่อรถยนต์ผ่านสาขานานาชาติ ซึ่งแต่ละนโยบายธนาคารจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ นอกจากพยายามปรับปรุงด้านการบริการในรูปแบบต่าง ๆ แล้ว ยังพยายามขยายสาขา รวมถึงเปิดสาขารูปแบบใหม่ในห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น การปรับตัวเหล่านี้เพื่อเป็นการดึงดูดให้มีลูกค้ามาใช้บริการของธนาคารมากขึ้น ดังตัวเลขของธนาคารแห่งประเทศไทย เดือนสิงหาคม 2552 จาก [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th) พบว่า ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 5,662 สาขา เป็นสาขาในเขต

กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,892 สาขา ภาคกลาง 1,781 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 653 สาขา ภาคเหนือ 666 สาขา และ ภาคใต้ 670 สาขา ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 สรุปจำนวนรวมสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ

ธนาคาร	กรุงเทพ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	รวม
กรุงเทพ	232	277	134	140	118	901
กรุงไทย	217	257	135	133	118	860
กสิกรไทย	267	248	81	86	74	756
ไทยพาณิชย์	319	325	100	99	116	959
กรุงศรีอยุธยา	189	200	65	52	68	574
ทหารไทย	165	147	49	62	60	483
นครหลวงไทย	143	144	34	40	50	411
ยูโอบี	87	35	9	9	8	148
สแตนดาร์ดชาร์เคอร์ค (ไทย)	25	4	0	1	0	30
ไทยธนาคาร	75	42	8	9	13	147
ธนาชาติ	112	61	23	23	29	248
ทิสโก้	13	14	5	3	5	40
เกียรตินาคิน	6	16	6	6	7	41
สินเอเชีย	6	3	4	1	3	17
แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย	14	4	0	2	1	21
ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย	4	3	0	0	0	7
เอไอจี เพื่อรายย่อย	1	0	0	0	0	1
เมกะ สากลพาณิชย์	2	1	0	0	0	3
จีอี มั่นใจ เพื่อรายย่อย	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
สาขาธนาคารต่างประเทศ	15	0	0	0	0	15
รวม	1,892	1,781	653	666	670	5,662

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เดิมเป็นสถาบันการเงินที่ประกอบธุรกิจในฐานะบริษัทเงินทุนเอกชน จำกัด (มหาชน) ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประกอบการ โดยเปิดให้บริการในรูปแบบของธนาคารเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2545 ภายใต้ใบอนุญาตประกอบการพาณิชย์แบบจำกัดขอบเขตธุรกิจ หลังจากนั้นได้รับใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ จากกระทรวงการคลังเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2547 และได้เปิดให้บริการด้านการเงินทุกรูปแบบ โดยมีธุรกิจเข้าซื้อรถยนต์เป็นธุรกิจหลัก ในปี 2550 ธนาคารได้เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับ The Bank of Nova Scotia จนปัจจุบันธนาคารมีหุ้นจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 2,134,619,292 หุ้น โดยเป็นหุ้นจดทะเบียนที่ชำระแล้วเท่ากับ 1,734,619,292 หุ้น คิดเป็นทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว รวม 17,346,192,920 ล้านบาท นอกจากนี้ได้เข้าถือหุ้นบริษัทในกลุ่มธนาคาร จำนวน 8 บริษัท ดังนี้

1. บริษัทหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100.00
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธนชาติ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 75.00
3. บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100.00
4. บริษัท ธนชาติประกันภัย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 88.00
5. บริษัทธนชาตกรุ๊ปลิสซิ่ง จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100.00
6. บริษัท ธนชาติแมนเนจเม้นท์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100.00
7. บริษัท ธนชาตกฎหมายและประเมินราคา ถือหุ้นร้อยละ 100.00
8. บริษัท ธนชาติโบรกเกอร์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 99.99

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้เนื่องด้วย ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบันมีสาขาถึง 248 สาขา

ฟิล สเตราส์ (2542: 11) ได้ให้ความเห็นว่า ธนาคารที่พัฒนาเร็วไปจะเสี่ยงกับความรู้สึกลูกค้าบางรายที่ไม่คุ้นเคยกับบริการใหม่ ๆ ธนาคารที่พัฒนาช้าไป ก็จะทำให้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับคู่แข่งที่ทันสมัยและแข็งแกร่งกว่า การรู้จักลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การมียุทธวิธีจัดการช่องทางการให้บริการที่ดี และการปรับปรุงธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีมาเสริมจะเป็นสิ่งสำคัญมาก

การพัฒนาที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการแข่งขันระหว่างธนาคารพาณิชย์ ทำให้แต่ละธนาคารต้องพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องมีการปรับตัวในด้านต่าง ๆ เพื่อให้การบริการเป็นที่ประทับใจ จึงควรให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการของตน แต่การที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการนั้น ธนาคารจะต้องทราบความต้องการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง กล่าวคือจะต้องทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการ

เลือกใช้บริการธนาคาร ธาณชาติ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้า เพื่อให้ธนาคาร ธาณชาติ จำกัด (มหาชน) สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ และแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการพัฒนา การให้บริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งยังจะทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเติบโตขึ้นอย่างมีเสถียรภาพด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าของธนาคาร
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธาณชาติ จำกัด (มหาชน)
- 2.3 เพื่อลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

## 3. สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาถึงแนวความคิด ทฤษฎี รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธาณชาติ จำกัด (มหาชน) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

- 3.1 มีสินเชื่อตรงตามความต้องการ
- 3.2 การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก
- 3.3 ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ
- 3.4 มีบริการเงินฝากหลายประเภท
- 3.5 มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ
- 3.6 ความสะอาดภายในสาขาธนาคาร
- 3.7 เดินทางสะดวก
- 3.8 มีสถานที่จอดรถ
- 3.9 ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน
- 3.10 เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ
- 3.11 เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า
- 3.12 การประชาสัมพันธ์
- 3.13 ชื่อเสียงของธนาคาร
- 3.14 ความมั่นคงของธนาคาร

- 3.15 จำนวนสาขาของธนาคาร
- 3.16 มีความน่าเชื่อถือ
- 3.17 มีภาพลักษณ์ทันสมัย
- 3.18 พนักงานมีความรู้ ตอบข้อซักถามได้
- 3.19 จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ
- 3.20 บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน
- 3.21 มีการให้คำแนะนำ และความเอาใจใส่ลูกค้า
- 3.22 มีความสนิทสนม คำนึงระหว่างลูกค้ากับพนักงาน
- 3.23 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส
- 3.24 การให้บริการมีความรวดเร็ว
- 3.25 ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อมตลอดเวลา
- 3.26 ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก
- 3.27 มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องและทันสมัย
- 3.28 แจ้งข่าวสารของธนาคารสม่ำเสมอ
- 3.29 อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง
- 3.30 อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อรถยนต์ต่ำ
- 3.31 ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น
- 3.32 จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชีต่ำกว่าธนาคารอื่น
- 3.33 ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนจาก บัญชีออมทรัพย์ เข้า บัญชีกระแสรายวัน

#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากผู้ฝากเงินกับธนาคารธนชาติ มาทำการศึกษาโดยประเภทของตัวแปรสามารถแสดงได้ ดังนี้

ตัวแปร

ปัจจัย

- มีสินเชื่ตรงตามความต้องการ
- การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก
- ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ
- มีบริการเงินฝากหลายประเภท
- มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ
- ความสะอาดภายในสาขานาการ
- เดินทางสะดวก
- มีสถานที่จอดรถ
- ใกล้บ้าน, ใกล้ที่ทำงาน
- เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ
- เปิดให้บริการ ในห้างฯ
- การประชาสัมพันธ์
- ชื่อเสียงของธนาคาร
- ความมั่นคงของธนาคาร
- จำนวนสาขาของธนาคาร
- มีความน่าเชื่อถือ
- มีภาพลักษณ์ทันสมัย
- พนักงานมีความรู้
- จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ
- บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน
- มีการให้คำแนะนำ และความเอาใจใส่ลูกค้า
- มีความสนิทสนม คู่แข่งระหว่างลูกค้ากับพนักงาน
- พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส
- การให้บริการมีความรวดเร็ว
- ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อมตลอดเวลา
- ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก
- มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องและทันสมัย
- แจ้งข่าวสารของธนาคารสม่ำเสมอ
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง
- อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์ต่ำ
- ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น
- จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชีต่ำกว่าธนาคารอื่น
- ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนจาก SA เข้า CA

การใช้บริการ  
ธนาคารธนาชาติ

## 5. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลในช่วง 1 – 30 เมษายน 2553 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่หลากหลายซึ่งเข้ามาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

## 6. นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

**ธนาคารพาณิชย์** หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และ หมายรวมถึง สาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ ด้วย

**การตัดสินใจเลือกใช้บริการ** หมายถึง การที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการจาก ธนาคารภายหลังจากการประเมินผลเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น แล้วพบว่าธนาคารสามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้มากกว่า เช่น การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก หรือ เงินกู้ ของแต่ละธนาคารก่อนเลือกใช้บริการ เป็นต้น

**ค่าไอเกน** หมายถึง ค่าความผันแปรของตัวแปรทั้งหมดในแต่ละองค์ประกอบในการ วิเคราะห์องค์ประกอบ องค์ประกอบร่วม (Common Factor) ที่ได้องค์ประกอบแรก จะเป็น องค์ประกอบที่แยกความผันแปรของตัวแปรออกจากองค์ประกอบอื่นได้มากที่สุด จำนวน ได้ จากค่า Communalities ของปัจจัยใดสำหรับทุกตัวแปรมาหาผลรวม ซึ่งค่าไอเกนเป็นค่าที่แสดง ความสามารถของปัจจัยนั้นๆว่าจะอธิบายตัวแปรที่มีทั้งหมดได้กี่ตัวแปร

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาวิเคราะห์ว่าปัจจัย ใดมีผลมากกว่ากัน เพื่อให้เจ้าหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนของธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ให้เกิดประสิทธิภาพ ในยุคที่มีการแข่งขันสูงระหว่างธนาคารพาณิชย์เพื่อรักษา ส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น



## บทที่ 2

# ทฤษฎีและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

#### 1.1 ทฤษฎีว่าด้วยกฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

1.1.1 อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าหรือบริการนั้น โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งสิ่งอื่น ๆ ที่คงที่ในที่นี้หมายถึงปัจจัยทุกชนิดที่มีส่วนกำหนดปริมาณซื้อที่นอกเหนือจากราคาสินค้า เช่น รายได้ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติของผู้บริโภค การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต เป็นต้น

ฟังก์ชันอุปสงค์ (demand function) จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับปัจจัยต่าง ๆ ทุกตัวที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อดังกล่าวนี้ ถ้ามองในแง่ของผู้ผลิตผู้นำสินค้าออกจำหน่าย หรือการปรับปรุงคุณภาพสินค้า แต่ปัจจัยบางตัวก็มีใช้สิ่งที่คุณผลิตจะควบคุมได้ เช่น รายได้ของผู้บริโภค ทัศนคติของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่น ตลอดจนการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นต้น ซึ่งเมื่อนำเอาปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เข้ามาพิจารณาพร้อม ๆ กัน เราก็สามารถแสดงฟังก์ชันของอุปสงค์ได้ ดังนี้

1) กรณีมีการจัดกลุ่มปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อ

$$Q_A = f(X_1, X_2, \dots, X_n, Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n)$$

โดยที่  $Q_A$  คือ ปริมาณเสนอซื้อสินค้า A  
 $X_1, \dots, X_n$  คือ กลุ่มปัจจัยที่ผู้ผลิตสามารถควบคุมได้  
 $Y_1, \dots, Y_n$  คือ ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณเสนอซื้อ  
สินค้าของผู้บริโภคแต่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ผลิต

2) กรณีไม่มีการจัดกลุ่มปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อ

$$Q_A = f(V_1, V_2, \dots, V_n)$$

โดยที่  $V_1, \dots, V_n$  คือ ปัจจัยทุกตัวที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อ

1.1.2 ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) หมายถึง ตัวแปร (variables) หรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อ (quantity demanded) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง คือ

1) ราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะเพิ่มมากขึ้น

2) รสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบช่วงขณะหนึ่งซึ่งอาจเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว หรือคงอยู่นาน สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจการค้า ทำให้หน่วยธุรกิจใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากในการโฆษณา โดยหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิม

3) จำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตาม แต่การเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย จึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

4) ระดับรายได้ของผู้บริโภค ตามปกติวิสัยของคน เมื่อมีรายได้น้อย ก็มักจะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการบริโภคเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อมีรายได้มากขึ้น ความต้องการในสินค้าและบริการอื่น ๆ ก็มักจะเพิ่มตามไปด้วย

5) ลักษณะการกระจายรายได้ ในสังคมใดมีการกระจายรายได้เป็นไปอย่างเท่าเทียมกัน ย่อมทำให้อำนาจซื้อ (purchasing power) ของประชาชนในสังคมนั้นสูง ซึ่งจะทำให้ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการสูงขึ้น แต่ถ้าสังคมใดมีความเหลื่อมล้ำกันในการกระจายรายได้ อำนาจซื้อของประชาชนจะต่ำ ทำให้ปริมาณซื้อสินค้าและบริการต่ำตามไปด้วย

6) ราคาของสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้แทน สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน ถ้าปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นก็จะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ประกอบกันเพิ่มขึ้นด้วย

7) ฤดูกาล การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล จะมีผลกระทบต่อปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการบางชนิด

8) ระดับการศึกษาของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูง การบริโภคสินค้าและบริการแต่ละชนิดมักจะนิ่งถึงคุณค่าของสินค้าและบริการเป็นสำคัญ ทำให้กระทบต่อปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการด้วยคุณภาพหรือประเภทที่มีคุณภาพดีเปลี่ยนตามไปด้วย

9) การโฆษณา ผลของการโฆษณาจะทำให้ผู้บริโภครู้จักและติดใจสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย

1.1.3 ประเภทของอุปสงค์ จากคำนิยามอุปสงค์ และตัวกำหนดอุปสงค์ ทำให้สามารถแบ่งประเภทอุปสงค์ได้ ดังนี้

1.1.3.1 อุปสงค์ต่อราคา (price demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ๆ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กัน โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ (ceteris paribus) สิ่งอื่น ๆ ที่กำหนดให้คงที่ในที่นี้จะได้แก่ ปัจจัยทุกชนิดที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อที่นอกเหนือจากราคาสินค้าที่กำลังพิจารณาซื้ออยู่นั้น เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าโดยปกติจะลาดจากซ้ายลงมาทางขวามีค่าความชันเป็นลบ ซึ่งหมายถึงว่า ปริมาณเสนอซื้อและราคาสินค้ามีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสูงปริมาณเสนอซื้อก็จะต่ำ และเมื่อราคาลดต่ำลงปริมาณเสนอซื้อก็จะสูงขึ้น ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจเขียนแสดงในรูปฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ได้ ดังนี้

$$Q_d = f(P)$$

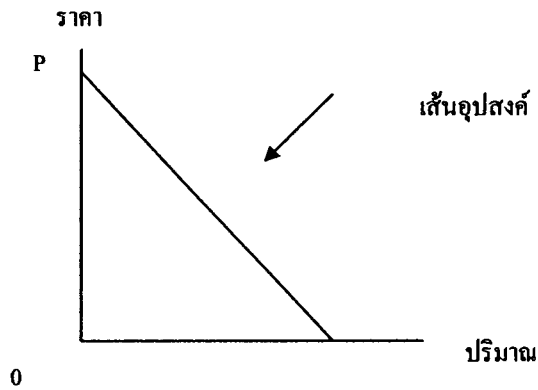
สมมติความสัมพันธ์มีลักษณะเชิงเส้นตรง เขียนเป็นฟังก์ชัน

$$Q_d = a_0 - a_1 P$$

$$P = a_0/a_1 - Q_d/a_1$$

โดยที่  $a_0$  คือ ค่าจุดตัดบนแกนตั้ง

$a_1$  คือ ค่าความชันของเส้นอุปสงค์ซึ่งมีเครื่องหมายลบ แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม



ภาพที่ 2.1 เส้นอุปสงค์ต่อราคา

1.1.3.2 อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของรายได้ของผู้ซื้อ โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ เส้นอุปสงค์ต่อรายได้ อาจเป็นเส้นที่ลาดจากซ้ายลงไปทางขวาหรือลาดจากกลางซ้ายขึ้นไปทางขวาก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าที่ผู้บริโภคพิจารณาซื้ออยู่ว่าเป็นสินค้าปกติ (normal goods) หรือสินค้าด้อย (inferior goods) ความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันคณิตศาสตร์จะเขียนได้ดังนี้

$$Q_d = f(Y)$$

กรณีสินค้าปกติ (normal goods)

$$Q_d = a_0 - a_1 Y$$

$$Y = -a_0/a_1 - Q_d/a_1$$

กรณีสินค้าด้อย (inferior goods)

$$Q_d = a_0 - a_1 Y$$

$$Y = -a_0/a_1 - Q_d/a_1$$

โดยที่  $a_0$  = จุดตัดบนแกนตั้ง

$a_1$  = ความชันของเส้นอุปสงค์ต่อรายได้

**1.1.3.3 อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (cross demand) หรือที่เรียกกันว่า อุปสงค์ไขว้** หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับต่าง ๆ กัน ของราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ลักษณะความสัมพันธ์ของ ราคาและปริมาณเสนอซื้อในกรณีนี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างสินค้า 2 ชนิด เช่น การศึกษาถึง ปริมาณการฝากเงิน เมื่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นกู้เพิ่มขึ้น เป็นต้น ลักษณะของเส้นอุปสงค์ต่อ ราคาสินค้าชนิดอื่น จะมีลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะความสัมพันธ์ของสินค้าที่เราพิจารณา อยู่ว่าเป็นเช่นไร ความสัมพันธ์ดังกล่าวเขียนในรูปฟังก์ชันคณิตศาสตร์ได้ ดังนี้

$$Q_A = f(P_B)$$

กรณีสินค้าใช้ประกอบกัน (complementary goods)

$$\begin{aligned} Q_A &= a_0 - a_1 P_B \\ P_B &= a_0/a_1 - Q_A/a_1 \end{aligned}$$

กรณีสินค้าใช้ทดแทนกันได้ (substitute goods)

$$\begin{aligned} Q_A &= a_0 + a_1 P_B \\ P_B &= a_0/a_1 + Q_A/a_1 \end{aligned}$$

โดยที่  $a_0$  = จุดตัดบนแกนตั้ง  
 $a_1$  = ค่าความชันของเส้นจุดอุปสงค์ต่อ ราคาสินค้าชนิดอื่น

**1.1.4 กฎของอุปสงค์ (Law of demand)** กล่าวว่าปริมาณของสินค้าและบริการ ชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้า และบริการชนิดนั้นเสมอ การที่ปริมาณซื้อแปรผกผันกับราคาสินค้านั้น เกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

- 1) ผลของรายได้ (income effect) เมื่อราคาสินค้านั้นสูงขึ้นแต่รายได้ตัวเงิน (money income) ของผู้บริโภคคงที่ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ปริมาณน้อยลง นั่นคือ อำนางซื้อ หรือรายได้แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงกันข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อ สินค้าได้ปริมาณมากขึ้น นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยที่รายได้ที่เป็นตัวจริงคงที่
- 2) ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาอยู่คงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าเป็นสินค้านี้แพงขึ้น จึง

2) ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาอยู่ที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกที่สินค้านี้แพงขึ้น จึงซื้อสินค้าที่แพงขึ้นน้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอื่น เพื่อใช้ทดแทนสินค้านั้นในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้าที่ทดแทนได้เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลง และหันมาซื้อสินค้านั้นมากขึ้น

## 1.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Cardinal Utility Theory)

1.2.1 อรรถประโยชน์ (utility) หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการได้มา ได้ใช้ ได้บริโภค หรือ ได้ผลประโยชน์จากสินค้าและบริการ ดังนั้น อรรถประโยชน์จึงเป็นสิ่งที่มิได้อยู่ในตัวสินค้าและบริการ ในรูปของความสามารถในการบำบัดความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งที่มาและสาเหตุของการเกิดอรรถประโยชน์ อาจมาจากสาเหตุหลายด้าน อาทิ สุขภาพที่ดีขึ้น ความสวยงามความสะอาดความสบาย รสชาติ ความทนทาน ความหรูหรา ความภาคภูมิใจ ความมั่นคง ความมีอำนาจและอื่น ๆ ซึ่งจะมีทั้งส่วนที่เป็นรูปธรรมและส่วนที่เป็นนามธรรม เรื่องของอรรถประโยชน์จึงเกี่ยวข้องกับรสนิยม ความพอใจ และความนึกคิดส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีอรรถประโยชน์ได้มีการกำหนดข้อสมมติไว้ว่า อรรถประโยชน์เป็นสิ่งที่สามารถวัดออกมาเป็นหน่วยนับได้ (measurable quality) โดยเรียกหน่วยในการวัดว่า ยูทิล (util) อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่ง ๆ ต่างเป็นอิสระต่อกัน และอรรถประโยชน์ของบุคคลในสังคมสามารถนำมารวมกันได้ (additive quality)

1.2.2 กฎการลดลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Law of diminishing marginal utility) หลักของทฤษฎีอรรถประโยชน์ ก็เพื่อหาคำตอบว่า ผู้บริโภคมีเกณฑ์อย่างไร ในการจัดสรรทรัพยากรที่ตนมีจำนวนจำกัด เช่น การจัดสรรสินค้าจำนวนจำกัดในการใช้ประโยชน์ในหลาย ๆ ทาง หรือการจัดสรรเงินงบประมาณที่ผู้บริโภคมีอยู่จำกัด ซื้อสินค้าหลาย ๆ ชนิด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุด และเมื่อใดที่ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุด ผู้บริโภคย่อมไม่คิดเปลี่ยนแปลง หรือปรับปริมาณการบริโภคไปจากเดิม ปริมาณการบริโภคสินค้าที่เป็นอยู่ขณะนั้นจะกลายเป็นจำนวนที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ เราเรียกว่า ผู้บริโภคอยู่ในดุลยภาพ ในกรณีของการใช้เงินซื้อสินค้าของผู้บริโภค การจะถือว่าอรรถประโยชน์ของเงินแต่ละหน่วยที่ใช้เพิ่มขึ้น จะลดต่ำลงหรือไม่นั้น ก็จะขึ้นอยู่กับว่า เราพิจารณากรณีของการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ หรือกรณีของการซื้อสินค้าทุกชนิดพร้อมกันไป จากความสามารถของเงินในการใช้ซื้อสินค้าได้มากมายหลายร้อยชนิดนี้เอง มีผลทำให้อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของเงินลดลงช้ามากจนแทบไม่เห็น เพราะเมื่อผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งไปแล้วหน่วยใดหน่วยหนึ่ง ถ้าการซื้อสินค้าชนิดนั้นหน่วยถัดไป ทำให้

อรรถประโยชน์ที่จะได้รับเพิ่มขึ้นน้อยกว่าเดิม ผู้บริโภคก็จะหันไปซื้อสินค้าชนิดอื่นที่ให้อรรถประโยชน์เท่าเทียมกับหน่วยแรกของสินค้าชนิดที่หนึ่งแทน และเมื่อสินค้าในโลกมีมากมายนับไม่ถ้วนเช่นนั้น การสับเปลี่ยนไปซื้อสินค้าชนิดต่าง ๆ จึงทำได้อยู่ตลอดเวลา จึงดูเหมือนว่าอรรถประโยชน์ของเงินมีค่าคงที่หรือลดลงก็ช้ามาก อย่างไรก็ตาม ถ้าเราจำกัดการพิจารณา กรณีของการใช้เงินซื้อสินค้าชนิดเดียวไปเรื่อย ๆ อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากเงินหน่วยหลัง ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน

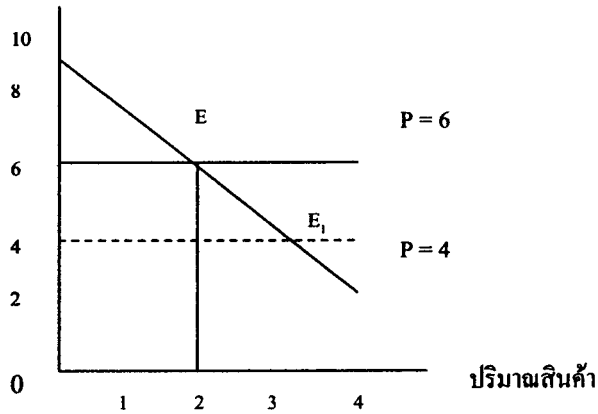
### 1.2.3 คุณภาพของผู้บริโภค

1) คุณภาพกรณีการซื้อสินค้าชนิดเดียว วิธีการที่จะทำให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งแต่เพียงชนิดเดียวจะได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุดและเหมาะสมกับเงินที่มีอยู่พอดี ก็คือ ผู้บริโภคจะต้องการเปรียบเทียบระหว่างอรรถประโยชน์ (Marginal Utility) ของสินค้ากับอรรถประโยชน์ของที่ดินต้องสูญเสียไป เพื่อซื้อสินค้าหน่วยนั้นเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งหน่วย (ซึ่งก็คือราคาของสินค้าหน่วยนั้นนั่นเอง = P) ดังนั้นผู้บริโภคจะต้องทำการเปรียบเทียบระหว่างค่า MU กับ P โดยมีวิธีก็คือ ถ้าหาก MU มากกว่า P ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าทุกหน่วยและทำการเปรียบเทียบเช่นนี้ทุกครั้งที่มีการจ่ายเงินซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งหน่วย จนกระทั่งถึงหน่วยที่ทำให้ค่า MU เท่ากับ P พอดี เงื่อนไขนี้ถือว่าเป็นภาวะคุณภาพที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจากการซื้อสินค้าหน่วยนั้น นั่นคือ

$$MU_A = P_A$$

โดยที่  $MU_A$  คือ อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายจากการบริโภคสินค้า A  
 $P_A$  คือ ราคาสินค้า A

อรรถประโยชน์



ภาพที่ 2.2 คุณภาพของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเพียงชนิดเดียว

จากภาพที่ 2.2 สามารถที่จะวิเคราะห์เกี่ยวกับภาวะคุณภาพของผู้บริโภคได้ คือ ถ้าสมมติให้สินค้าชนิด X ราคาหน่วยละ 6 บาท ( $P=6$ ) ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหน่วยที่ 1 ทั้งนี้เพราะ สินค้าหน่วยที่ 1 ให้ค่าอรรถประโยชน์ที่สูงกว่าระดับราคา ( $MU > P$ ) และผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าหน่วยที่ 2 ด้วย และจะซื้อเป็นหน่วยสุดท้าย ทั้งนี้เพราะสินค้าหน่วยที่ 2 นี้ค่าของ MU จะเท่ากับ P พอดี ซึ่งถือว่าเป็นระดับคุณภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับความสุขสูงสุด ถ้าหากผู้บริโภคยังคงซื้อสินค้าหน่วยที่ 3 และ 4 ค่อยไปอีกจะมีผลทำให้อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหน่วยที่ 3 และ 4 จะมีค่าน้อยกว่าราคาสินค้า MU น้อยกว่า P จึงเท่ากับว่าเป็นการบริโภคที่ไม่คุ้มค่า ดังนี้ผู้บริโภคไม่ควรจะซื้อสินค้าหน่วยที่ 3 และ 4 เลย แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าหากสมมติว่าระดับราคาสินค้าชนิด X ดังกล่าวได้ลดต่ำลงเหลือเพียงหน่วยละ 4 บาท คงนั้นสินค้าหน่วยที่ 3 ที่เคยมีค่า MU น้อยกว่า P ก็จะกลับกลายเป็น MU มีค่าเท่ากับ P พอดี ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้บริโภคเพิ่มปริมาณซื้อสินค้าชนิด X มาจนถึงหน่วยที่ 3 นี้ด้วย จึงทำให้เกิดส่วนเกินของอรรถประโยชน์ทั้งหมดเหนือจำนวนเงินทั้งหมดที่จ่ายออกไปเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมกลายเป็นพื้นที่สามเหลี่ยม  $\triangle AB_1E_1$  ซึ่งส่วนเกินใหม่  $AB_1E_1$  มีพื้นที่มากกว่าส่วนเกินเดิม ABE และสินค้าหน่วยที่ 4 ในราคาหน่วยละ 4 บาทนี้ ผู้บริโภคก็ไม่ควรจะซื้อมาบริโภค ทั้งนี้เพราะค่าของ MU น้อยกว่า P

2) คุณภาพกรณีการซื้อสินค้าหลายชนิด ผู้บริโภคจะได้รับอรรถประโยชน์รวมสูงสุดจากการใช้เงินที่ตนมีอยู่ซื้อสินค้าต่าง ๆ ก็ต่อเมื่อเขาได้แบ่งเงินใช้ซื้อสินค้าแต่ละชนิดใน



ลักษณะที่ทำให้อรรถประโยชน์ของเงินหน่วยสุดท้ายที่ใช้ซื้อสินค้าแต่ละชนิดหารด้วยราคาสินค้าชนิดนั้นมีค่าเท่ากัน นั่นคือ

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots = \frac{MU_N}{P_N}$$

ในขณะหนึ่ง ๆ ผู้บริโภคอาจไม่ได้ใช้จ่ายเงินที่ตนมีอยู่ซื้อสินค้าและบริการหมดทั้งจำนวน ถ้าทราบใดที่ผู้บริโภคพอใจที่จะเก็บเงินไว้แทนการใช้จ่ายออกไปก็เท่ากับว่าในขณะนั้นอรรถประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วยที่จ่ายซื้อสินค้า การออมเงินไว้จึงเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งของผู้บริโภค นอกเหนือจากการจ่ายซื้อสินค้าชนิดต่าง ๆ ดังนั้นถ้าให้  $MU_m/P_m$  คือ อรรถประโยชน์ของเงินหนึ่งหน่วย ที่ผู้บริโภคเก็บออมไว้ ดังนั้น เงื่อนไขที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์ทั้งหมดสูงสุด จากการใช้จ่ายเงินที่มีอยู่ซื้อสินค้าต่าง ๆ ก็คือ ผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงินในลักษณะที่จะทำ

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_N}{P_N} = \dots = \frac{MU_Z}{P_Z}$$

กล่าวโดยสรุปอรรถประโยชน์ หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการหรือความสามารถของสินค้าและบริการในการบำบัดความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง ค่าอรรถประโยชน์ย่อมแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า บุคคล สถานที่ และเวลาในการจัดสรรเงินใช้ซื้อสินค้าชนิดต่าง ๆ ผู้บริโภคจะมีเป้าหมายในการพยายามทำให้อรรถประโยชน์ทั้งหมดมีค่าสูงสุดและเป้าหมายดังกล่าวจะสามารถบรรลุได้ ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคได้จัดสรรเงินที่มีอยู่ใช้ซื้อสินค้าแต่ละชนิดจนอรรถประโยชน์ของเงินหน่วยสุดท้าย ที่ใช้ซื้อสินค้าแต่ละชนิดมีค่าเท่ากัน

## 2. ทฤษฎีความต้องการถือเงินตามแนวคิดของ Baumol และ Tobin

แบบจำลองของ Baumol และ Tobin ที่เกี่ยวกับอุปสงค์ของเงิน (Baumol – Tobin Model of Money Demand) เป็นการแสดงให้เห็นว่า การถือเงินนั้น ก่อให้เกิดความสะดวกลงในการจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากไม่จำเป็นที่จะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม (Transaction Costs) สำหรับการแปลงสินทรัพย์ทางการเงินให้เป็นเงินสด ยกตัวอย่างเช่น การที่บุคคลต้องเดินทางไปยังธนาคารเพื่อถอนเงินสดทุกครั้งที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ต้นทุนการถือเงินเพื่อความสะดวกลงในการซื้อขายนี้ เป็นดอกเบี้ยที่เสียโอกาสไป (Foregone Interest) จากการถือสินทรัพย์ประเภทอื่นที่ก่อให้เกิดรายได้ หรือจากการขาดรายได้ในการทำงานเนื่องจากเวลาที่เสียไป ดังนั้น

เมื่ออัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น ต้นทุนในการถือเงินหรือค่าเสียโอกาสดังกล่าวก็จะเพิ่มขึ้นด้วย อุปสงค์ของเงินหรือความต้องการถือเงินก็จะลดน้อยลง

แบบจำลองของ Baumol และ Tobin ได้มีการคำนวณถึงต้นทุนหรือปริมาณการถือเงินโดยเฉลี่ยที่เหมาะสมว่าควรจะเป็นเท่าใด โดยเริ่มจาก สมมติให้ปริมาณรายจ่ายที่แต่ละบุคคลวางแผนไว้ในแต่ละปี มีค่าเท่ากับ  $Y$  และมีการตั้งวัตถุประสงค์สำหรับการลดต้นทุนในการถือเงินให้ต่ำที่สุด โดยพิจารณาจากจำนวนครั้งในการเดินทางไปธนาคารของแต่ละบุคคลในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งจำนวนครั้งหรือความถี่ของการเดินทางนั้น ถือเป็นสิ่งที่กำหนดระดับของอุปสงค์ในการถือเงินของบุคคล โดยรูปแบบของสมการทั่วไปที่แสดงความสัมพันธ์ของต้นทุนและปัจจัยต่าง ๆ คือ

$$\text{Min TC} = f(N, I, Y, F)$$

โดยที่	TC = ต้นทุนรวม (Total Cost)
	N = จำนวนครั้งที่เดินทางไปธนาคาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดปริมาณการถือเงินโดยเฉลี่ยเดินทาง
	i = ดอกเบี้ยที่เป็นตัวเงิน
	Y = ปริมาณการใช้จ่ายที่แต่ละบุคคลวางแผนไว้
	F = ต้นทุนที่ใช้สำหรับการเดินทางไปธนาคารแต่ละครั้ง

จากสมการข้างต้น ตัวแปร  $N$  แสดงถึงปัจจัยภายใน (Endogenous Variable) ส่วนตัวแปร  $i$   $Y$  และ  $F$  นั้น แสดงถึงปัจจัยภายนอก (Exogenous Variable) ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้

การคำนวณต้นทุนรวม (TC) โดยทั่วไป หาได้จากองค์ประกอบสองส่วนด้วยกันคือ ส่วนของค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Cost) และส่วนของค่าใช้จ่ายที่แปรผันได้ (Variable Cost)

(1) ค่าใช้จ่ายคงที่ เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปในการเดินทางไปธนาคาร หากค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปในการเดินทางแต่ละครั้ง คือ  $F$  ดังนั้นค่าใช้จ่ายรวมคือ  $F \times N$

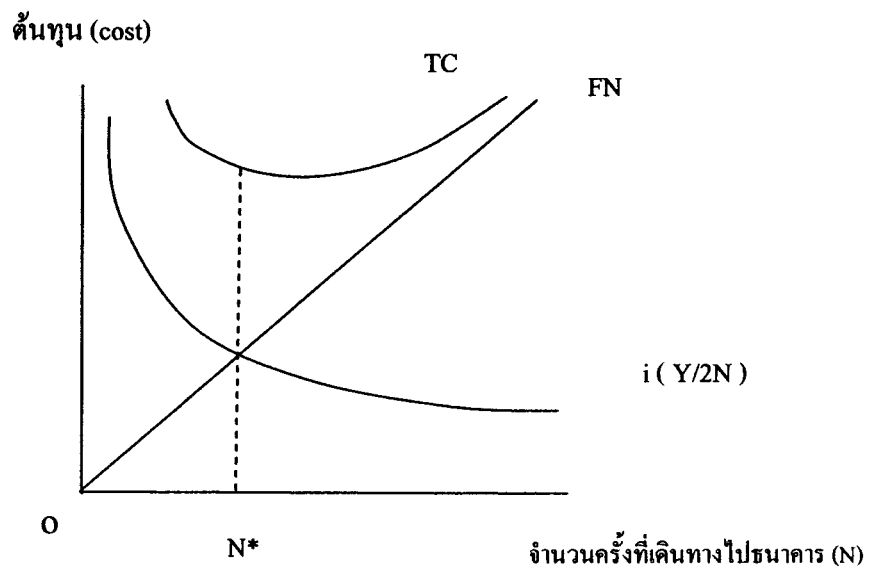
(2) ค่าใช้ที่แปรผันไปตามอัตราดอกเบี้ย ( $i$ ) หรือต้นทุนค่าเสียโอกาสของการไม่ได้รับดอกเบี้ย คำนวณได้จาก อัตราดอกเบี้ยคูณกับปริมาณการถือเงินโดยเฉลี่ย ( $i \times Y / 2N$ )

หากนำต้นทุนทั้งสองส่วนข้างต้นมาบวกเข้าด้วยกันแล้ว สามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{Min TC} = i(Y/2N) + FN$$

$$\begin{aligned} \text{ในการหาค่าต่ำสุด } dTC/dN &= -iY/2N^2 + F = 0 \\ \text{จะได้ } N &= \sqrt{iY/2F} \end{aligned}$$

หากทราบค่า  $iY$  และ  $F$  ที่เป็นปัจจัยภายนอกแล้ว ก็จะสามารถคำนวณหาค่า  $N$  ออกมาได้ โดยค่าของ  $N$  ที่เหมาะสม เมื่อต้นทุนรวมมีค่าต่ำสุด ( $N^*$ ) และแสดงความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม ( $iY/2N$ ) และต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นจากการไม่ได้รับดอกเบี้ย แสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ต้นทุนในการเสียโอกาสในแบบจำลองของ Baumol และ Tobin

อย่างไรก็ตาม ค่าของ  $N$  ไม่ได้เป็นตัวบ่งบอกถึงอุปสงค์ของเงิน ( $M^d$ ) หรือปริมาณเงินที่ต้องการถือโดยเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ  $(Y/2N)$  ดังนั้น

$$M^d = Y / 2\sqrt{YF/2i}$$

$$M^d = \sqrt{YF/2i}$$

สมการข้างต้นเรียกอีกอย่างว่า “The Square Root Rule” ซึ่งแสดงถึงอุปสงค์ของเงินที่ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ ( $Y$ ) ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม ( $F$ ) และอัตราดอกเบี้ย ( $i$ ) โดยอุปสงค์ของเงินจะเพิ่มขึ้นเมื่อค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมเพิ่มขึ้น

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปทุมวรรณ สีนำเงิน (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์และพฤติกรรมผู้ฝากเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี” จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ จำนวนบุคคลที่ต้องเลี้ยงดู ผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ย ความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์ ความสะดวกด้านบริการและสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ ทรัพย์สินและความมั่งคั่ง รายได้ และค่าใช้จ่ายของผู้ฝากเงิน โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะดวกด้านบริการและสถานที่ สัดส่วนในการฝากเงินเป็นประเภทบัญชีออมทรัพย์มากที่สุด ซึ่งมีความคล่องตัวในการเบิก – ถอน รองลงมา คือ ผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ย ความปลอดภัยและความมั่นคงของสถาบันการเงิน ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ระดับความสำคัญปานกลาง คือ บัญชีกระแสรายวันเพื่อทำบัตร ATM สะดวกในการถอน ฝากบัญชีออมทรัพย์เพื่อดอกเบี้ยบ้างดีกว่าไม่ได้เลย ฝากบัญชีประจำเพื่อเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อได้ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ในระดับความสำคัญน้อย ได้แก่ การฝากเงินพักไว้กับธนาคาร รอช่วงที่เหมาะสมในการเก็งกำไร

พรชัย อนันบุญทริก (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ของลูกค้ายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านสถานที่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสังคม

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์มากที่สุด จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้พบว่า ในกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย กลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทยและธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัย มากที่สุด ในประเด็นที่ธนาคารที่มีฐานะมั่นคงและมีความปลอดภัยสูง ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มากที่สุด ในประเด็นที่เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย จะคำนึงถึงปัจจัยด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ มากที่สุด ในประเด็นความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการ และระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่ทันสมัยและเชื่อถือได้

**คณิน ปาจุวงษ์ (2537)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝาก การศึกษาระบุว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการใช้บริการเงินฝาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ไปมาสะดวก พนักงานของธนาคารสุภาพ น่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารดี น่าเชื่อถือ ส่วนปัญหาในการใช้บริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าธนาคารที่พบมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก รองลงมาคือ การให้บริการล่าช้า เครื่องฝาก – ถอน ชักข้อเป็นประจำ พนักงานมีน้อยและพนักงานไม่มีอัธยาศัยในการต้อนรับที่ดี กลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า มีความต้องการให้ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปรับปรุงในด้านต่าง ๆ คือ มีความรวดเร็วของการให้บริการ บริการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น มีเครื่องฝากถอนอัตโนมัติที่ทันสมัยและใช้งานได้ดี มีสถานที่จอดรถสะดวก มีบริการด้านความเพลิดเพลินระหว่างรอ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีการแจกของชำร่วยในเทศกาลสำคัญ และไม่เก็บค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ หลายขั้นตอน

**วิบูลย์ สุทธิวรรณ (2541)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540-2541 การศึกษาระบุว่า ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540-2541 พบว่า ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาของผู้บริโภค พบว่าลูกค้ามีปัญหาด้านราคาและปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ส่วนมีปัญหาด้านขบวนการให้บริการ ปัญหาด้านสถานที่ปัญหาด้านบุคลากร และปัญหาด้านสินค้า ลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย

**นิเวศน์ เชื้อพรรณงาม (2541)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกธนาคารพาณิชย์ในเขตสุขภาพิบาล อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อใช้บริการเงินฝาก” พบว่า ผู้ประกอบการเคยใช้บริการเงินฝากกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด คือ ด้านพนักงาน ในด้านปัญหา พบว่า ธนาคารที่มีปัญหา คือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสิน และ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ ซึ่งปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจพบจากการใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ คือ ด้านพนักงาน และด้านการตลาด ตามลำดับ

รจนา วิฑูรราพาณิชย์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออมเงินกับธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก” การศึกษาระบุว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการกับธนาคารนั้นพบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกออมเงินกับธนาคารเพราะ การฝาก – ถอนสะดวก มากกว่าการนำเงินไปลงทุนในกองทุนรวมหรือเล่นหุ้น และมีจุดมุ่งหมายในการออมคือ เก็บไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน โดยธุรกรรมที่ติดต่อกับธนาคารส่วนใหญ่เป็นการฝาก – ถอนเงิน ประเภทออมทรัพย์หรือสะสมทรัพย์ โดยธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่นั้น ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ และรองลงมาเป็นธนาคารกรุงไทย เพราะความสะดวกในการติดต่อหรือสะดวกในการมาใช้บริการ ส่วนธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กพบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการธนาคารขนาด รองลงมาเป็นธนาคาร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน นอกจากนี้ในการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกออมเงินกับธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก พบว่า มีความพึงพอใจมากในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ความรวดเร็วในการให้บริการ การต้อนรับของพนักงานธนาคาร รองลงมาคือ ชื่อเสียงของธนาคาร จำนวนสาขาของธนาคาร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริการอย่างใกล้ชิดของธนาคาร ระยะเวลาการฝาก ความสะดวกในการติดต่อ สถานที่ตั้งของธนาคาร ธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กให้สิทธิพิเศษมากกว่า

ดรุณี วงศ์รัตนธรรม (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่” จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการกับธนาคาร 2 แห่งขึ้นไป และใช้บริการเงินฝากประเภทออมทรัพย์ สำหรับการให้บริการฝาก-ถอนหน้าเคาน์เตอร์ส่วนใหญ่จะใช้เวลา 1-5 นาทีต่อ 1 รายการ และส่วนใหญ่มาใช้บริการกับธนาคารมากกว่า 4 ครั้งใน 1 เดือน สิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้าเงินฝากเข้ามาใช้บริการด้านเงินฝากกับสาขา คือ อยู่ใกล้บ้าน ไปมาสะดวกและบริการที่ประทับใจจากพนักงาน ส่วนเหตุสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก คือ ธนาคารมีความมั่นคงสูง ความมีอัธยาศัยของพนักงาน และต้องรับเงินเดือนผ่านธนาคาร สำหรับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร เห็นว่า จำนวนช่องเคาน์เตอร์ที่ให้บริการนั้นพอเพียงต่อปริมาณลูกค้าดีแล้ว ลูกค้าเห็นด้วยกับการจัดช่องทางในการให้บริการเป็นแบบทางเดียวตามคิวที่สาขาได้ทำขึ้นและเห็นว่าควรทำต่อไป สำหรับขั้นตอนการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร ลูกค้าบางส่วนเห็นว่า เหมาะสมดีแล้ว และบางส่วนเห็นว่าควรปรับปรุง อุปกรณ์เครื่องมือใช้สำหรับการบริการ ส่วนบริการเสริมที่ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าควรปรับปรุง ได้แก่ บริการน้ำดื่ม ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าพบว่า มากที่สุด ด้านพนักงาน คือพนักงานบางคนให้บริการล่าช้า ปัญหาด้านอื่น ๆ ได้แก่ที่จอดรถไม่พอ เครื่องคอมพิวเตอร์ขัดข้องบ่อย ขั้นตอนในการให้บริการซับซ้อน ทำให้เสียเวลารอนาน นอกจากนี้ได้มีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมและ

ข้อเสนอแนะจากลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามว่า ป้ายแนะนำจุดให้บริการควรจะชัดเจนเข้าใจง่าย ควรให้ความสำคัญกับบริการเสริมของธนาคาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ที่มีไว้บริการลูกค้าระหว่างพอรอรับบริการ ด้านเงินฝากการมีผู้ดูแลรับผิดชอบ นอกจากนั้นสาขาควรมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมให้มากขึ้น เช่น ให้ทุนการศึกษาสนับสนุนงานด้านการศึกษา การร่วมการกุศล และงานเทศกาล ประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่” จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) มองในด้านเงินฝากแต่ละประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ และเงินฝากกระแสรายวัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารนครหลวงไทยที่สำคัญมากอันดับแรกก็คือ ความมั่นคงของธนาคาร การค้าประกันเงินฝากเต็มจำนวน และรองลงมา ก็คือ การจ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง แต่ปัจจัยอื่นมีความสำคัญเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ก็คือชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ การบริการของผู้บริหาร/ พนักงานสาขาทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกสบาย มีจำนวนสาขาให้บริการมากเพียงพอ และมีบริการเสริมอื่น ๆ

จิตรลดา อาจหาญ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะสาขาที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานเขต 10” จากการศึกษาพบว่า กระบวนการบริการ นโยบายคู่แข่งชั้นและภาพพจน์ของธนาคาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นในส่วนของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานที่มีระดับความสำคัญมาก ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการของธนาคาร ด้านบริการเงินฝาก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ธนาคารมีจำนวนสาขาที่ให้บริการน้อย ลูกค้าต้องเสียเงินในบัญชีขั้นต่ำ 200 บาท ขณะที่ธนาคารอื่นไม่มีเงินขั้นต่ำที่ต้องคงเหลือ ประเภทของเงินฝากที่ธนาคารมีให้บริการน้อย ที่ตั้งของสาขาไม่สะดวกในการมาใช้บริการ ธนาคารไม่มีที่จอดรถ ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์น้อย มีตู้เอทีเอ็มไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ ธนาคารแสดงภาพลักษณ์ว่าเป็นธนาคารของคนไทยแต่ให้บริการแก่ธุรกิจบางกลุ่มเท่านั้น พนักงานไม่เอาใจใส่ในการให้บริการและปัญหาของลูกค้าธนาคารมีพนักงานในการให้บริการน้อย

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษา 3 ประเด็น คือ 1. ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าของธนาคาร 2. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) 3. เพื่อจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารของลูกค้า โดยผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด การทดลองใช้แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
4. วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การแปลผลข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ซึ่ง Comrey และ Lee (1992) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบว่า ควรใช้ขนาดตัวอย่างเท่าใดถึงจะดี โดยกำหนดขอบเขตของตัวอย่างดังนี้

ขนาดตัวอย่าง	ความเหมาะสมของการวิเคราะห์
50	แย่มาก
100	แย่มาก
200	กำลังดี
300	ดี
500	ดีมาก
1000	ดีที่สุดใน



นั่นคือ การวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีหน่วยตัวอย่างในการศึกษาไม่ต่ำกว่า 200 หน่วย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ขนาดตัวอย่าง 400 หน่วย

1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (sampling technical) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เก็บข้อมูลในช่วง 1 – 30 เมษายน 2553 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายในแต่ละช่วงเวลา โดยใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

1. สาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ	จำนวน	80 ชุด
2. สาขาเดอะมอลล์ บางแค	จำนวน	80 ชุด
3. สาขาเพชรเกษม	จำนวน	80 ชุด
4. สาขาเวียงใหญ่	จำนวน	80 ชุด
5. สาขาสมุทรสาคร	จำนวน	80 ชุด

## 2. เครื่องมือในการวิจัย

### 2.1 ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม โดยเป็นแบบคำถามปลายเปิด (open-ended questions) และคำถามปลายปิด (close-ended questions) กำหนดคำตอบหลายคำตอบให้เลือกตอบ และตอบข้อมูลสั้น ๆ ให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร ได้แก่ ประเภทของบริการที่ใช้กับธนาคารพาณิชย์ ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการ สาเหตุที่เลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ดังกล่าว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 33 ข้อ

รายละเอียดของแบบสอบถามแต่ละส่วนเป็นดังนี้  
ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูล  
เกี่ยวกับการใช้บริการ เป็นคำถามแบบปลายปิด ให้ผู้ตอบเลือกตอบ มี 10 ข้อคำถามได้แก่

1. เพศ
  2. อายุ
  3. สถานภาพ
  4. ระดับการศึกษา
  5. อาชีพปัจจุบัน
  6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
  7. ประเภทบริการใช้กับธนาคารพาณิชย์
  8. จำนวนธนาคารที่ใช้บริการ
  9. ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการมากที่สุด
  10. สาเหตุที่เลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์
- (ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 แสดงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ตัวแปร	การกำหนดค่า
1.	เพศ	1 = ชาย 2 = หญิง
2.	อายุ	1 = 16 - 25 ปี 2 = 26 - 35 ปี 3 = 36 - 45 ปี 4 = 46 - 55 ปี 5 = 56 ปีขึ้นไป
3.	สถานภาพ	1 = โสด 2 = สมรส 3 = หย่าร้าง/หม้าย 4 = แยกกันอยู่
4.	ระดับการศึกษา	1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี 2 = ปริญญาตรี 3 = ปริญญาโท 4 = สูงกว่าปริญญาโท
5.	อาชีพปัจจุบัน	1 = ธุรกิจส่วนตัว 2 = พนักงานบริษัท 3 = ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 = นักเรียน / นักศึกษา 5 = อื่น ๆ
6.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1 = ต่ำกว่า 10,000 2 = 10,001 – 30,000 3 = 30,001 – 50,000 4 = 50,001 – 100,000 5 = 100,001 บาทขึ้นไป

## ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ข้อ	ตัวแปร	การกำหนดค่า
7.	ประเภทบริการที่ใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์*	1 = เงินฝากประจำ 2 = เงินฝากออมทรัพย์ 3 = เงินฝากกระแสรายวัน 4 = กองทุนรวม 5 = ตัวแลกเปลี่ยน 6 = บริการสินเชื่อ 7 = บริการอื่น ๆ
	* กำหนดให้ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ	
8.	จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการ	1 = 1 ธนาคาร 2 = 2 ธนาคาร 3 = 3 ธนาคาร 4 = มากกว่า 3 ธนาคาร
9.	ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการมากที่สุด (นอกเหนือจากธนาคารธนาชาติ)	1 = ธนาคารกรุงเทพ 2 = ธนาคารกสิกรไทย 3 = ธนาคารไทยพาณิชย์ 4 = ธนาคารกรุงไทย 5 = ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 6 = ธนาคารนครหลวงไทย 7 = ธนาคารทหารไทย 8 = ธนาคารยูโอบี 9 = ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด 10 = ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ 11 = ธนาคารทีสโก้ 12 = ธนาคารเกียรตินาคิน 13 = ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 14 = ธนาคารธนาชาติ(แห่งเดียว)

## ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ข้อ	ตัวแปร	การกำหนดค่า
10.	สาเหตุที่เลือกใช้บริการธนาคารตามข้อ 3.*	1 = อัตราดอกเบี้ยสูง 2 = ให้บริการพิเศษเหนือกว่าธนาคารอื่น 3 = สะดวกในการเดินทาง 4 = มีความสัมพันธ์ฉันท์เครือญาติ 5 = มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ 6 = มีข้อตกลงพิเศษเช่น บัญชีเงินเดือน 7 = พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี 8 = อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารนชาต จำกัด (มหาชน) เป็นมาตรประเมินค่า 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินว่ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยเหล่านี้ในระดับใด ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ข้อ	ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น
1.	มีสินเชื่อตรงตามความต้องการ	1 = น้อยที่สุด
2.	การอนุมัติสินเชื่อ ไม่ยุ่งยาก	2 = น้อย
3.	ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	3 = ปานกลาง
4.	มีบริการเงินฝากหลายประเภท	4 = มาก
5.	มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ	5 = มากที่สุด
6.	ความสะอาดภายในสาขาธนาคาร	
7.	เส้นทางสะดวก	
8.	มีสถานที่จอดรถ	
9.	ใกล้บ้าน, ใกล้ที่ทำงาน	
10.	เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ	
11.	เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า	
12.	การประชาสัมพันธ์	
13.	ชื่อเสียงของธนาคาร	
14.	ความมั่นคงของธนาคาร	
15.	จำนวนสาขาของธนาคารมาก	
16.	มีความน่าเชื่อถือ	
17.	มีภาพลักษณ์ทันสมัย	
18.	พนักงานมีความรู้ ตอบข้อซักถามได้	
19.	จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	
20.	บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน	
21.	มีการให้คำแนะนำ และความเอาใจใส่ลูกค้า	
22.	มีความสนิทสนม คำนึงระหว่างลูกค้ากับพนักงาน	
23.	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	
24.	การให้บริการมีความรวดเร็ว	

## ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ข้อ	ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น
25.	ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อมตลอดเวลา	1 = น้อยที่สุด
26.	ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก	2 = น้อย
27.	มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องและทันสมัย	3 = ปานกลาง
28.	แจ้งข่าวสารของธนาคารสม่ำเสมอ	4 = มาก
29.	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	5 = มากที่สุด
30.	อัตราดอกเบี้ยเงินสินเชื่อรายต่ำ	
31.	ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น	
32.	จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชีต่ำกว่าธนาคารอื่น	
33.	ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนจาก บัญชีออมทรัพย์ เข้า บัญชีกระแสรายวัน	

### 3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด การทดลองใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

#### 3.1 การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

การศึกษาครั้งนี้ ได้ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็น เพื่อปรับปรุงให้มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และใช้ภาษาที่เหมาะสม

#### 3.2 การทดลองแบบสอบถาม

หลังจากปรับปรุงแล้ว จึงนำไปทดลองใช้กับลูกค้าจำนวน 30 คน คำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรของครอนบาค Cronbach's Alpha

ผลการคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ในส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ได้ค่าความเที่ยง 0.8271 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง

#### 3.3 การนำไปใช้จริง

จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยการสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขาของธนาคาร จำนวน 400 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปคำนวณค่าความเชื่อมั่นอีกครั้ง ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.8798 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง

#### 4. วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสำรวจ (Survey) โดยนำแบบสอบถามให้ลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขาของธนาคารจำนวน 5 สาขา ได้แก่ สาขาเดอะมอลล์ บางแค สาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ สาขาเวียงใหญ่ สาขาเพชรเกษม และ สาขาสมุทรสาคร ระหว่างวันที่ 1 – 30 เมษายน 2553 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายในแต่ละช่วงเวลา โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้า จำนวน 400 คน

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่กำหนดแล้ว จึงปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

5.1 เรียงลำดับแบบสอบถามตามเลขที่แบบสอบถาม และตรวจนับ

5.2 นำข้อมูลที่ตรวจสอบแล้วมาลงรหัส (Coding)

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.4.1 ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

5.4.2 หาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

- การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measure of Central Tendency)

เป็นการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Average or arithmetic Mean)

- การวัดการกระจาย (Measure of Variability) เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลมีค่าใกล้เคียงกัน หรือ กระจายจากกันมากน้อยเพียงใด โดยใช้การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.4.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี Principal Component หมุนแกนแบบ แวรีแมกซ์ (Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization)

#### 6. การแปลผลข้อมูล

การแปลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักการวิเคราะห์หาระดับความสำคัญ กำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) มีระดับความคิดเห็นเรียงลำดับ 5 ระดับ จัดคะแนนจากน้อยไปหามากตั้งแต่ 1 – 5



ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน  
 ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ น้อย ให้ 2 คะแนน  
 ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ ปานกลาง ให้ 3 คะแนน  
 ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ มาก ให้ 4 คะแนน  
 ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ มากที่สุด ให้ 5 คะแนน

นำคะแนนมาคำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยจากช่วงของค่าเฉลี่ยด้วยการคำนวณหาช่วงคะแนนที่ใช้แปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{หาค่า อัตรากาชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด (Max) - ค่าต่ำสุด (Min)}}{\text{จำนวนชั้น (Level)}} \\ \text{แทนค่า อัตรากาชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 4 \\ &= 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น การแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

- คะแนน 1.00 - 1.80 แปลผลว่า ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารน้อยมาก
- คะแนน 1.81 - 2.60 แปลผลว่า ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารน้อย
- คะแนน 2.61 - 3.40 แปลผลว่า ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารปานกลาง
- คะแนน 3.41 - 4.20 แปลผลว่า ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารมาก
- คะแนน 4.21 - 5.00 แปลผลว่า ตัวแปรนั้นมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารมากที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)” ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากนั้น ทำการสรุปผลการวิจัย เป็น 3 ตอน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมกรใช้บริการลูกค้าของธนาคาร
  2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร ของกลุ่มตัวอย่าง
  3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)
- รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมกรใช้บริการลูกค้าของธนาคาร

1.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนตัว ลักษณะการกระจายของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว (n = 400)

ข้อ	สถานภาพส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	170	42.50
	หญิง	230	57.50
รวม		400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อ	สถานภาพส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
<b>2. อายุ</b>			
	16 - 25 ปี	54	13.50
	26 - 35 ปี	182	45.50
	36 - 45 ปี	74	18.50
	46 - 55 ปี	64	16.00
	56 ปีขึ้นไป	26	6.50
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>3. สถานภาพ</b>			
	โสด	212	53.00
	สมรส	168	42.00
	หย่าร้าง/หม้าย	12	3.00
	แยกกันอยู่	8	2.00
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4. ระดับการศึกษา</b>			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	13.50
	ปริญญาตรี	282	70.50
	ปริญญาโท	64	16.00
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
<b>5. อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัท	276	69.00
ธุรกิจส่วนตัว	58	14.50
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
นักเรียน / นักศึกษา	28	7.00
อื่น ๆ	10	2.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	52	13.00
10,001 – 30,000 บาท	201	50.25
30,001 – 50,000 บาท	105	26.25
50,001 – 100,000 บาท	28	7.00
100,001 บาทขึ้นไป	14	3.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นหญิงร้อยละ 57.5 เป็นชายร้อยละ 42.5 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุ 56 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 6.5 มีสถานภาพโสดมากที่สุด คือ ร้อยละ 53 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 42 และ สถานภาพแยกกันอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 2 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาโท ร้อยละ 16 และ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 13.5 เป็นพนักงานบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ อื่น ๆ ซึ่งหมายถึง พ่อบ้าน/ แม่บ้าน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธนาคารทั่วไป  
ตารางที่ 4.2

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
<b>1. ประเภทบริการที่ใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์*</b>				
	เงินฝากออมทรัพย์	378	94.50	1
	เงินฝากประจำ	136	34.00	2
	บริการสินเชื่อ	112	28.00	3
	กองทุนรวม	82	20.50	4
	เงินฝากกระแสรายวัน	44	11.00	5
	ตั๋วแลกเงิน	42	10.50	6
	บริการอื่น ๆ	36	9.00	7
* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ				
<b>2. จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการ</b>				
	1 ธนาคาร	22	5.50	4
	2 ธนาคาร	156	39.00	2
	3 ธนาคาร	180	45.00	1
	มากกว่า 3 ธนาคาร	42	10.50	3
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	
<b>3. ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการมากที่สุด (นอกเหนือจากธนาคารธนาคาร)</b>				
	ธนาคารกสิกรไทย	96	24.00	1
	ธนาคารไทยพาณิชย์	66	16.50	2
	ธนาคารกรุงไทย	62	15.50	3
	ธนาคารกรุงเทพ	50	12.50	4
	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	28	7.00	5

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อ	ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
<b>3. ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการมากที่สุด (นอกเหนือจากธนาคารธนาชาติ) (ต่อ)</b>				
	ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์	22	5.00	6
	ธนาคารธนาชาติ( แห่งเดียว)	22	5.00	6
	ธนาคารยูโอบี	16	4.00	7
	ธนาคารนครหลวงไทย	12	3.00	8
	ธนาคารอาคารสงเคราะห์	10	2.50	9
	ธนาคารทีสโก้	8	2.00	10
	ธนาคารเกียรตินาคิน	4	1.00	11
	ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)	2	0.50	12
	ธนาคารทหารไทย	2	0.50	12
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	
<b>4. สาเหตุที่เลือกใช้บริการธนาคารตามข้อ 3.*</b>				
	สะดวกในการเดินทาง	236	59.00	1
	มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ	100	25.00	2
	มีข้อตกลงพิเศษ เช่น บัญชีเงินเดือน	88	22.00	3
	อัตราดอกเบี้ยสูง	68	17.00	4
	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	60	15.00	5
	อื่น ๆ	25	6.25	6
	ให้บริการพิเศษเหนือกว่าธนาคารอื่น	24	6.00	7
	มีความสัมพันธ์ฉันท์เครือญาติ	16	4.00	8
	<b>* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ</b>			

#### จากตารางที่ 4.2 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.5 รองลงมาเป็นบัญชีเงินฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 34.0 ใช้บริการสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 28.0 กองทุนรวม คิดเป็นร้อยละ 20.5 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 11.0 บริการตัวแลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และบริการอื่น ๆ ได้แก่ ชำระค่าสินค้าหรือบริการ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.0 จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มลูกค้าใช้บริการ ใช้บริการ 3 ธนาคาร มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาได้แก่ จำนวน 2 ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 39.0 มากกว่า 3 ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ และน้อยที่สุด ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเดียว คิดเป็นร้อยละ 5.5 ธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด (นอกเหนือจากธนาคารธนชาติ) ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมา ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 16.5 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 15.5 ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 7.0 ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 5.0 ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) คิดเป็นร้อยละ 5.0 ธนาคารยูโอบี คิดเป็นร้อยละ 4.0 ธนาคารนครหลวงไทย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ธนาคารทีสโก้ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ธนาคารเกียรตินาคิน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ น้อยที่สุดได้แก่ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) และ ธนาคารทหารไทย คิดเป็นร้อยละ 0.5 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ดังกล่าว มากที่สุดได้แก่ สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีข้อตกลงพิเศษ เช่น บัญชีเงินเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อัตราดอกเบี้ยสูง คิดเป็นร้อยละ 17.0 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี คิดเป็นร้อยละ 15.0 เหตุผลอื่น ๆ ได้แก่ ชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 6.25 ให้บริการพิเศษเหนือธนาคารอื่น คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ และน้อยที่สุดได้แก่ มีความสัมพันธ์ฉันท์เครือญาติ คิดเป็นร้อยละ 4.0

#### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามส่วนที่ 3 มาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาและใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่ม หรือจำแนกกลุ่มตัวแปร โดยสกัดปัจจัยด้วยวิธีองค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis หรือ PCA) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2548) และหมุนแกนปัจจัยเพื่อให้ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรมีค่ามากขึ้น หรือ ลดลงจนกระทั่งทำให้สามารถจัดเข้าอยู่ในปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งได้ ด้วยวิธีหมุนแกนแบบเวรีแมกซ์ (Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization) จากนั้นจึงนำมาจัดกลุ่มปัจจัย ได้ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

### 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และการจัดอันดับของตัวแปร แสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และการจัดอันดับของตัวแปร

ข้อ	ปัจจัยในการตัดสินใจ	$\bar{X}$	SD	แปรผล	อันดับ
1.	มีสินเชื่อตรงตามความต้องการ	3.15	1.156	ปานกลาง	27
2.	การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก	2.99	1.081	ปานกลาง	28
3.	ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	2.97	1.050	ปานกลาง	29
4.	มีบริการเงินฝากหลายประเภท	3.88	0.825	มาก	13
5.	มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ	3.61	0.793	มาก	20
6.	ความสะอาดภายในสาขาธนาคาร	3.75	0.715	มาก	16
7.	เส้นทางสะดวก	3.97	0.778	มาก	8
8.	มีสถานที่จอดรถ	3.73	1.078	มาก	17
9.	ใกล้บ้าน, ใกล้ที่ทำงาน	3.88	0.837	มาก	13
10.	เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ	4.35	0.812	มากที่สุด	2
11.	เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า	4.39	0.800	มากที่สุด	1
12.	การประชาสัมพันธ์	3.96	0.755	มาก	9
13.	ชื่อเสียงของธนาคาร	3.86	0.666	มาก	14
14.	ความมั่นคงของธนาคาร	3.92	0.699	มาก	11
15.	จำนวนสาขาของธนาคาร	3.96	3.708	มาก	9
16.	มีความน่าเชื่อถือ	4.00	0.712	มาก	7
17.	มีภาพลักษณ์ทันสมัย	4.11	0.732	มาก	3
18.	พนักงานมีความรู้ ตอบข้อซักถามได้	3.89	0.632	มาก	12
19.	จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.60	0.807	มาก	21
20.	บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน	3.82	0.741	มาก	15
21.	มีการให้คำแนะนำ และความเอาใจใส่ลูกค้า	4.02	0.664	มาก	5
22.	มีความสนิทสนม คู่ใจระหว่างลูกค้ากับพนักงาน	3.95	2.933	มาก	10
23.	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	4.06	0.661	มาก	4
24.	การให้บริการมีความรวดเร็ว	4.11	0.678	มาก	3
25.	ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อมตลอดเวลา	3.53	0.714	มาก	22



ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยในการตัดสินใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
26.	ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก	3.34	0.778	ปานกลาง	24
27.	มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องและทันสมัย	3.64	0.665	มาก	19
28.	แจ้งข่าวสารของธนาคารสม่ำเสมอ	3.51	0.694	มาก	23
29.	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	4.01	0.816	มาก	6
30.	อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อรถยนต์ต่ำ	3.32	1.060	ปานกลาง	26
31.	ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น	3.33	1.154	ปานกลาง	25
32.	จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชีต่ำกว่าธนาคารอื่น	3.67	1.116	มาก	18
33.	ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนจาก บัญชีออมทรัพย์ เข้า บัญชีกระแสรายวัน เพื่อตัดเช็ค	3.64	1.142	มาก	19

จากตารางที่ 4.3 พบว่าตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนาคาร  
ทุกตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง - มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.97 – 4.39 ตัวแปรที่มี  
ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ ข้อ 11 เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ ข้อ 10  
เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ มีค่าเฉลี่ย 4.35 และข้อ 3 ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย  
ต่ำสุด คือ 2.97

## 3.2 ผลการตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 เมทริกซ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
X1	1.000	.788	.791	-.099	-.085	.250	.162	.148	.138	-.125	-.084	.042	.216	.273	.105	.205	.006
X2	.788	1.000	.880	-.059	.034	.314	.197	.253	.137	-.069	-.022	-.038	.158	.253	.253	.164	.111
X3	.791	.880	1.000	-.110	-.071	.229	.220	.228	.144	-.086	-.152	-.040	.231	.271	.211	.209	.038
X4	-.099	-.059	-.110	1.000	.390	.288	.260	.246	.189	.325	.254	.113	.198	.218	.099	.299	.198
X5	-.085	.034	-.071	.390	1.000	.250	.181	.387	.244	.418	.489	.383	.325	.255	.328	.270	.370
X6	.250	.314	.229	.288	.250	1.000	.344	.215	.214	.221	.251	.221	.388	.296	.379	.352	.450
X7	.162	.197	.220	.260	.181	.344	1.000	.409	.763	.306	.248	.100	.349	.476	.454	.500	.166
X8	.148	.253	.228	.246	.387	.215	.409	1.000	.441	.496	.469	.277	.339	.403	.463	.438	.303
X9	.138	.137	.144	.189	.244	.214	.763	.441	1.000	.345	.327	.150	.347	.515	.480	.438	.163
X10	-.125	-.069	-.086	.325	.418	.221	.306	.496	.345	1.000	.753	.256	.248	.296	.338	.400	.370
X11	-.084	-.022	-.152	.254	.489	.251	.248	.469	.327	.753	1.000	.288	.215	.234	.409	.273	.411
X12	.042	-.038	-.040	.113	.383	.221	.100	.277	.150	.256	.288	1.000	.540	.309	.289	.367	.495
X13	.216	.158	.231	.198	.325	.388	.349	.339	.347	.248	.215	.540	1.000	.732	.463	.679	.530
X14	.273	.253	.271	.218	.255	.296	.476	.403	.515	.296	.234	.309	.732	1.000	.479	.752	.357
X15	.105	.253	.211	.099	.328	.379	.454	.463	.480	.338	.409	.289	.463	.479	1.000	.522	.474
X16	.205	.164	.209	.299	.270	.352	.500	.438	.438	.400	.273	.367	.679	.752	.522	1.000	.479
X17	.006	.111	.038	.198	.370	.450	.166	.303	.163	.370	.411	.495	.530	.357	.474	.479	1.000
X18	.048	.130	.176	.225	.345	.259	.308	.288	.239	.280	.223	.370	.441	.377	.365	.480	.332
X19	.177	.253	.280	.154	.285	.276	.474	.505	.520	.262	.221	.210	.401	.491	.380	.424	.229
X20	.211	.192	.122	.204	.209	.484	.007	.065	-.068	.134	.217	.329	.327	.145	.219	.227	.521
X21	.215	.212	.247	.225	.193	.274	.382	.204	.248	.206	.179	.032	.313	.374	.219	.386	.184
X22	.153	.160	.169	.080	.094	.099	.210	.131	.201	.090	.114	.042	.104	.106	.099	.092	.048
X23	.198	.165	.185	.169	.202	.295	.437	.177	.350	.214	.280	.178	.408	.429	.347	.412	.315
X24	.072	.175	.183	.258	.330	.243	.542	.428	.432	.329	.260	.138	.402	.480	.349	.454	.160
X25	.127	.259	.294	.254	.265	.315	.477	.342	.389	.130	.121	.129	.464	.441	.437	.468	.245
X26	.084	.204	.237	.134	.210	.280	.426	.303	.358	.043	.046	.138	.402	.428	.356	.426	.175
X27	.052	.153	.212	.194	.111	.245	.353	.216	.304	.113	.029	.077	.416	.438	.307	.408	.219
X28	.084	.239	.170	.036	.347	.261	.070	.282	.083	.176	.142	.352	.318	.157	.355	.225	.387
X29	-.227	-.051	-.093	.443	.428	.187	.285	.394	.362	.440	.407	.173	.327	.312	.371	.339	.259
X30	.687	.714	.658	-.059	.139	.277	.160	.305	.169	.090	.082	.081	.294	.360	.270	.266	.159
X31	.209	.271	.243	.079	.084	.267	.069	.171	-.020	.020	.049	.110	.185	.119	.085	.158	.328
X32	-.040	.030	-.031	.078	.189	.345	-.089	.030	-.146	.056	.117	.325	.190	.027	.199	.168	.454
X33	.162	.261	.241	.041	.116	.203	.137	.241	.062	.064	.080	.120	.168	.132	.190	.171	.345

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33
X1	0.048	0.177	0.211	0.215	0.153	0.198	0.072	0.127	0.084	0.052	0.084	-0.227	0.687	0.209	-0.040	0.162
X2	0.130	0.253	0.192	0.212	0.160	0.165	0.175	0.259	0.204	0.153	0.239	-0.051	0.714	0.271	0.030	0.261
X3	0.176	0.280	0.122	0.247	0.169	0.185	0.183	0.294	0.237	0.212	0.170	-0.093	0.658	0.243	-0.031	0.241
X4	0.225	0.154	0.204	0.225	0.080	0.169	0.258	0.254	0.134	0.194	0.036	0.443	-0.059	0.079	0.078	0.041
X5	0.345	0.285	0.209	0.193	0.094	0.202	0.330	0.265	0.210	0.111	0.347	0.428	0.139	0.084	0.189	0.116
X6	0.259	0.276	0.484	0.274	0.099	0.295	0.243	0.315	0.280	0.245	0.261	0.187	0.277	0.267	0.345	0.203
X7	0.308	0.474	0.007	0.382	0.210	0.437	0.542	0.477	0.426	0.353	0.070	0.285	0.160	0.069	-0.089	0.137
X8	0.288	0.505	0.065	0.204	0.131	0.177	0.428	0.342	0.303	0.216	0.282	0.394	0.305	0.171	0.030	0.241
X9	0.239	0.520	-0.068	0.248	0.201	0.350	0.432	0.389	0.358	0.304	0.083	0.362	0.169	-0.020	-0.146	0.062
X10	0.280	0.262	0.134	0.206	0.090	0.214	0.329	0.130	0.043	0.113	0.176	0.440	0.090	0.020	0.056	0.064
X11	0.223	0.221	0.217	0.179	0.114	0.280	0.260	0.121	0.046	0.029	0.142	0.407	0.082	0.049	0.117	0.080
X12	0.370	0.210	0.329	0.032	0.042	0.178	0.138	0.129	0.138	0.077	0.352	0.173	0.081	0.110	0.325	0.120
X13	0.441	0.401	0.327	0.313	0.104	0.408	0.402	0.464	0.402	0.416	0.318	0.327	0.294	0.185	0.190	0.168
X14	0.377	0.491	0.145	0.374	0.106	0.429	0.480	0.441	0.428	0.438	0.157	0.312	0.360	0.119	0.027	0.132
X15	0.365	0.380	0.219	0.219	0.099	0.347	0.349	0.437	0.356	0.307	0.355	0.371	0.270	0.085	0.199	0.190
X16	0.480	0.424	0.227	0.386	0.092	0.412	0.454	0.468	0.426	0.408	0.225	0.339	0.266	0.158	0.168	0.171
X17	0.332	0.229	0.521	0.184	0.048	0.315	0.160	0.245	0.175	0.219	0.387	0.259	0.199	0.328	0.454	0.345
X18	1.000	0.337	0.388	0.521	0.097	0.438	0.439	0.420	0.341	0.321	0.311	0.363	0.141	0.188	0.300	0.241
X19	0.337	1.000	0.042	0.379	0.137	0.390	0.566	0.558	0.588	0.430	0.143	0.344	0.285	0.113	-0.048	0.066
X20	0.388	0.042	1.000	0.232	0.067	0.309	-0.003	0.072	0.055	0.042	0.379	0.063	0.185	0.393	0.659	0.296
X21	0.521	0.379	0.232	1.000	0.133	0.659	0.503	0.399	0.362	0.424	0.049	0.325	0.235	0.178	0.068	0.118
X22	0.097	0.137	0.067	0.133	1.000	0.161	0.206	0.067	0.160	0.028	0.038	0.151	0.139	-0.079	-0.089	0.081
X23	0.438	0.390	0.309	0.659	0.161	1.000	0.476	0.437	0.382	0.434	0.165	0.261	0.196	0.225	0.160	0.186
X24	0.439	0.566	-0.003	0.503	0.206	0.476	1.000	0.551	0.537	0.512	0.176	0.489	0.255	0.046	-0.062	0.071
X25	0.420	0.558	0.072	0.399	0.067	0.437	0.551	1.000	0.698	0.674	0.264	0.408	0.273	0.187	0.076	0.206
X26	0.341	0.588	-0.055	0.362	0.160	0.382	0.537	0.698	1.000	0.616	0.258	0.364	0.251	0.109	-0.033	0.114
X27	0.321	0.430	0.042	0.424	0.028	0.434	0.512	0.674	0.616	1.000	0.315	0.352	0.214	0.111	0.064	0.114
X28	0.311	0.143	0.379	0.049	-0.038	0.165	0.176	0.264	0.258	0.315	1.000	0.208	0.258	0.209	0.394	0.274
X29	0.363	0.344	0.063	0.325	0.151	0.261	0.489	0.408	0.364	0.352	0.208	1.000	0.097	0.011	0.011	0.052
X30	0.141	0.285	0.185	0.235	0.139	0.196	0.255	0.273	0.251	0.214	0.258	0.097	1.000	0.280	0.075	0.203
X31	0.188	0.113	0.393	0.178	-0.079	0.225	0.046	0.187	0.109	0.111	0.209	0.011	0.280	1.000	0.488	0.833
X32	0.300	-0.048	0.659	0.068	-0.089	0.160	-0.062	0.076	-0.033	0.064	0.394	0.011	0.075	0.488	1.000	0.446
X33	0.241	0.066	0.296	0.118	-0.081	0.186	0.071	0.206	0.114	0.114	0.274	0.052	0.203	0.833	0.446	1.000

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าระหว่าง -0.20 ถึง 0.687 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 4.5 ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy และ Bartlett's Test of Sphericity

<b>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</b>	<b>.842</b>
<b>Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity</b>	<b>8863.235</b>
<b>df</b>	<b>528</b>
<b>Sig.</b>	<b>.000</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เท่ากับ .842 แสดงว่า ข้อมูลเหมาะที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบในระดับดีมาก และ ค่า Bartlett's Test of Sphericity ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 8863.235 มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 33 ตัวในตารางที่ 4.4 ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ หมายถึง ตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดเหมาะสมที่จะใช้เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 4.6 ค่า Total Variance Explained

ตัวแปร	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
x1	9.613	29.129	29.129	9.613	29.129	29.129	4.074	12.344	12.344
x2	3.571	10.820	39.949	3.571	10.820	39.949	3.668	11.114	23.458
x3	3.276	9.928	49.877	3.276	9.928	49.877	3.662	11.098	34.556
x4	1.937	5.870	55.747	1.937	5.870	55.747	3.361	10.185	44.741
x5	1.465	4.441	60.187	1.465	4.441	60.187	3.203	9.707	54.447
x6	1.391	4.215	64.403	1.391	4.215	64.403	2.298	6.962	61.410
x7	1.234	3.740	68.143	1.234	3.740	68.143	2.222	6.733	68.143
x8	.982	2.977	71.119						
x9	.962	2.914	74.034						
x10	.892	2.702	76.736						
x11	.731	2.216	78.952						
x12	.693	2.100	81.052						
x13	.587	1.779	82.831						
x14	.557	1.687	84.518						
x15	.477	1.447	85.965						
x16	.465	1.409	87.374						
x17	.446	1.352	88.727						
x18	.410	1.243	89.970						
x19	.378	1.145	91.115						
x20	.357	1.081	92.197						
x21	.328	.993	93.190						
x22	.313	.950	94.140						
x23	.276	.835	94.975						
x24	.248	.751	95.726						
x25	.237	.717	96.443						
x26	.215	.653	97.095						
x27	.195	.592	97.688						
x28	.177	.538	98.225						
x29	.161	.487	98.712						
x30	.145	.440	99.151						
x31	.124	.376	99.527						
x32	.088	.266	99.793						
x33	.068	.207	100.000						

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยที่ค่าไอเกน เกิน 1.00 มีอยู่ 7 ปัจจัย ทั้ง 7 ปัจจัยมีค่าไอเกนรวมกัน 22.487 อธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 68.14 เมื่อหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี แวรีแมกซ์ แล้วทำให้ปัจจัยทั้ง 7 มีค่าไอเกนใกล้เคียงกัน คือ 4.074, 3.668, 3.662, 3.361, 3.203, 2.298 และ 2.222 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)  
เมื่อหมุนแกน และจัดกลุ่มแล้วเป็นองค์ประกอบที่ 1 – 7

ตัวแปร	ปัจจัย						
	1	2	3	4	5	6	7
X26 ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก	.813	.116	.076	.026	.211	.001	.072
X25 ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อม	.785	.131	.111	.095	.222	.127	.152
X27 มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องทันสมัย	.783	.036	.128	-.042	.149	.053	.181
X24 การให้บริการมีความรวดเร็ว	.606	.103	-.012	.318	.296	-.067	.303
X19 จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	.544	.207	.057	.240	.405	-.011	.090
X2 การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก	.121	.923	.023	.008	.031	.133	.048
X3 ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	.173	.886	-.003	-.131	.114	.096	.064
X1 มีสินเชื่อดังตามความต้องการ	-.076	.883	.064	-.172	.166	.021	.132
X30 อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์ต่ำ	.172	.809	.134	.108	.066	.073	.006
X12 มีการประชาสัมพันธ์	.038	-.044	.746	.178	.154	-.053	-.081
X17 มีภาพลักษณ์ทันสมัย	.048	.004	.691	.273	.170	.265	.109
X13 ชื่อเสียงของธนาคาร	.327	.121	.657	.030	.440	-.040	.136
X20 บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน	-.153	.163	.637	.092	-.187	.296	.446
X28 มีการแจ้งข่าวสารสม่ำเสมอ	.375	.198	.540	.229	-.238	.181	-.195
X6 ความสะอาดภายในสาขาธนาคาร	.107	.257	.395	.189	.106	.176	.346
X11 เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า	-.121	-.051	.194	.783	.234	.033	.121
X10 เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ	-.050	-.077	.158	.760	.295	.005	.106
X5 มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ เช่น ATM	.222	-.004	.330	.662	-.065	-.020	.054
X8 มีสถานที่จอดรถ	.247	.247	.102	.612	.365	.141	-.150
X29 อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	.471	-.144	.073	.594	.064	-.056	.174
X4 มีบริการเงินฝากหลายประเภท	.154	-.157	.051	.454	.012	.024	.392
X9 ใกล้บ้าน, ใกล้ที่ทำงาน	.248	.087	-.041	.310	.727	-.029	.059
X7 เดินทางสะดวก	.300	.108	-.069	.219	.692	.069	.255
X14 ความมั่นคงของธนาคาร	.319	.187	.381	.059	.654	-.057	.152
X16 มีความน่าเชื่อถือ	.295	.089	.466	.129	.594	.025	.199
X15 จำนวนสาขาของธนาคาร	.276	.168	.395	.328	.419	.076	-.040
X33 ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอน SA เข้า CA	.077	.149	.115	.066	.082	.897	.003
X31 ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คสูงกว่าธนาคารอื่น	.046	.186	.132	.004	.015	.882	.129
X32 จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชี	-.046	-.054	.589	.024	-.244	.529	.173
X21 ให้คำแนะนำ มีความเอาใจใส่ลูกค้า	.353	.143	.014	.088	.169	.054	.732
X23 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	.310	.081	.179	.053	.298	.117	.639
X18 พนักงานรอบรู้ ตอบข้อซักถามได้	.367	.029	.396	.186	.090	.098	.426
X22 มีความสนิทสนมระหว่างลูกค้าและพนักงาน	-.018	.264	-.042	.208	.057	-.296	.320

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จากการสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component และ หมุนแกนแบบแวนเดอร์แม็กซ์ ได้ปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักปัจจัย (Eigenvalues) เกิน 1 จำนวน 7 ปัจจัย เรียงตามลำดับน้ำหนักปัจจัยจากมากไปหาน้อยในแต่ละกลุ่มปัจจัย อธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ได้ 68.14% เมื่อคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยเกิน 0.3 ได้ปัจจัยที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร x26, x25, x27, x24 และ x19 ปัจจัยที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร x2, x3, x1 และ x30 ปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วยตัวแปร x12, x17, x13, x20, x32, x28 และ x6 ปัจจัยที่ 4 ประกอบด้วยตัวแปร x11, x10, x5, x8, x29 และ x4 ปัจจัยที่ 5 ประกอบด้วย ตัวแปร x9, x7, x14, x16 และ x15 ปัจจัยที่ 6 ประกอบด้วยตัวแปร x33 และ x31 ปัจจัยที่ 7 ประกอบด้วย ตัวแปร x21, x23, x18 และ x22 สำหรับรายละเอียดค่าน้ำหนักปัจจัย (factor loading) ของตัวแปรในแต่ละปัจจัยนั้น แสดงในตารางที่ 4.8 – 4.14

ตารางที่ 4.8 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 1 “คุณภาพการบริการของธนาคาร”

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก	0.813
ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อม	0.785
มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องทันสมัย	0.783
การให้บริการมีความรวดเร็ว	0.606
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	0.544

\*Eigen Value = 2.553

\*กำหนดเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น

จากตารางที่ 4.8 พบว่า มีตัวแปรที่สัมพันธ์กับปัจจัยนี้อยู่ 5 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 4.074 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.544 ถึง 0.813 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึงลักษณะการให้บริการของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก (น้ำหนักปัจจัย = 0.813) รองลงมา คือ ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อม (น้ำหนักปัจจัย = 0.785) มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องทันสมัย (น้ำหนักปัจจัย = 0.783) การให้บริการมีความรวดเร็ว



(น้ำหนักปัจจัย = 0.606) จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (น้ำหนักปัจจัย = 0.544) ตามลำดับ ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “คุณภาพการบริการของธนาคาร”

ตารางที่ 4.9   น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 2 “ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร”

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก	0.923
ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	0.886
มีประเภทสินเชื่อตรงความต้องการ	0.883
อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์ต่ำ	0.809

\*Eigen Value = 3.071

\*คำนวณเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น

จากตารางที่ 4.9 พบว่า มีตัวแปรที่บอกลักษณะร่วมกันอยู่ 4 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 3.668 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.809 ถึง 0.923 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึง ระบบสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก (น้ำหนักปัจจัย = 0.923 ) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ (น้ำหนักปัจจัย = 0.886 ) มีประเภทสินเชื่อตรงความต้องการ (น้ำหนักปัจจัย = 0.883) อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์ต่ำ (น้ำหนักปัจจัย = 0.809) ตามลำดับ ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร”

ตารางที่ 4.10 น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 3 “การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของธนาคารต่อบุคคลภายนอก”

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
มีการประชาสัมพันธ์	0.746
มีภาพลักษณ์ทันสมัย	0.691
ชื่อเสียงของธนาคาร	0.657
บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน	0.637
มีการแจ้งข่าวสารสม่ำเสมอ	0.540
ความสะอาดภายในสาขานาคาร	0.395

\*Eigen Value = 2.319

\*คำนวณเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น

จากตารางที่ 4.10 พบว่า มีตัวแปรที่บอกลักษณะร่วมกันอยู่ 7 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 3.662 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.395 ถึง 0.746 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึง การประชาสัมพันธ์ของธนาคาร และภาพลักษณ์ของธนาคารต่อบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ (น้ำหนักปัจจัย = 0.746) รองลงมา คือ มีภาพลักษณ์ทันสมัย (น้ำหนักปัจจัย = 0.691) ชื่อเสียงของธนาคาร (น้ำหนักปัจจัย = 0.657) บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน (น้ำหนักปัจจัย = 0.637) จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชี (น้ำหนักปัจจัย = 0.589) มีการแจ้งข่าวสารสม่ำเสมอ (น้ำหนักปัจจัย = 0.540) ความสะอาดภายในสาขานาคาร (น้ำหนักปัจจัย = 0.395) ตามลำดับ ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของธนาคารต่อบุคคลภายนอก”

ตารางที่ 4.11      น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 4 “บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง”

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
เปิดให้บริการให้ห้างสรรพสินค้า	0.783
เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ	0.760
มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ เช่น ATM	0.662
มีสถานที่จอดรถ	0.612
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	0.594
มีบริการเงินฝากหลายประเภท	0.454

\*Eigen Value = 2.562

\*คำนวณเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น

จากตารางที่ 4.11 พบว่า มีตัวแปรที่บอกลักษณะร่วมกันอยู่ 6 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 3.361 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.454 ถึง 0.783 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึง เวลา สถานที่ ในการเปิดให้บริการ และผลตอบแทนของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารขนาด จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบ่งชี้มากที่สุด คือ เปิดให้บริการให้ห้างสรรพสินค้า (น้ำหนักปัจจัย = 0.783 ) รองลงมา คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ (น้ำหนักปัจจัย = 0.760 ) มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ (น้ำหนักปัจจัย = 0.662) มีสถานที่จอดรถ (น้ำหนักปัจจัย = 0.612) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง (น้ำหนักปัจจัย = 0.594) มีบริการเงินฝากหลายประเภท (น้ำหนักปัจจัย = 0.454) ตามลำดับ ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง”

ตารางที่ 4.12   น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 5 “ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ”

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
ใกล้บ้าน, ใกล้ที่ทำงาน	0.727
เดินทางสะดวก	0.692
ความมั่นคงของธนาคาร	0.654
มีความน่าเชื่อถือ	0.594
จำนวนสาขานาคาร	0.419

**\*Eigen Value = 1.963**

\*คำนวณเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น

จากตารางที่ 4.12 พบว่า มีตัวแปรที่บอกลักษณะร่วมกันอยู่ 5 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 3.203 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.419 ถึง 0.727 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึง ความสะดวกในใช้บริการ และความน่าเชื่อถือของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบ่งชี้มากที่สุด คือ ใกล้บ้าน, ใกล้ที่ทำงาน (น้ำหนักปัจจัย = 0.727) รองลงมา คือ เดินทางสะดวก (น้ำหนักปัจจัย = 0.692) ความมั่นคงของธนาคาร (น้ำหนักปัจจัย = 0.694) มีความน่าเชื่อถือ (น้ำหนักปัจจัย = 0.594) จำนวนสาขาของธนาคาร (น้ำหนักปัจจัย = 0.419) ตามลำดับ ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “ความสะดวก และ ความน่าเชื่อถือ”

ตารางที่ 4.13   น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 6 “อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ”

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนออมทรัพย์เข้ากระแสรายวัน	0.897
ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น	0.882
จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชี	0.529

**\*Eigen Value = 1.862**

**\*คำนวณเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น**

จากตารางที่ 4.13 พบว่า มีตัวแปรที่บอกลักษณะร่วมกันอยู่ 2 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 2.298 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.882 ถึง 0.897 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึง อัตราค่าธรรมเนียมของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารขนาด จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินจากบัญชีออมทรัพย์เข้าบัญชีกระแสรายวัน (น้ำหนักปัจจัย = 0.897) รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น (น้ำหนักปัจจัย = 0.882) ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “อัตราค่าธรรมเนียมต่ำ”

ตารางที่ 4.14      **น้ำหนักปัจจัยของ ปัจจัยที่ 7 “คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี”**

ตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย
ให้คำแนะนำ มีการเอาใจใส่ลูกค้า	0.732
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	0.639
พนักงานรอบรู้ตอบข้อซักถามได้	0.426
มีความสนิทสนมระหว่างลูกค้าและพนักงาน	0.320

\*Eigen Value = 1.228

\*คำนวณเฉพาะตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนี้เท่านั้น

จากตารางที่ 4.14 พบว่า มีตัวแปรที่บอกลักษณะร่วมกันอยู่ 4 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Eigen Value) เท่ากับ 2.222 และน้ำหนักปัจจัยมีค่าตั้งแต่ 0.320 ถึง 0.732 ตัวแปรเหล่านี้บรรยายถึง การให้บริการของบุคลากรของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ ให้คำแนะนำ มีการเอาใจใส่ลูกค้า (น้ำหนักปัจจัย = 0.732 ) รองลงมา คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส (น้ำหนักปัจจัย = 0.639 ) พนักงานรอบรู้ตอบข้อซักถามได้ (น้ำหนักปัจจัย = 0.426) มีความสนิทสนมระหว่างลูกค้าและพนักงาน (น้ำหนักปัจจัย = 0.320) ตามลำดับ ผู้วิจัย จึงเรียกปัจจัยนี้ว่า “คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี”

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) เพื่อ

1. ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมและพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าของธนาคาร
2. ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)
3. ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล, ข้อมูลการใช้บริการธนาคาร และ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ในช่วงวันที่ 1 – 30 เมษายน พ.ศ. 2553 เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายในแต่ละช่วงเวลา จากลูกค้าที่ใช้บริการจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ สาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ, สาขาเดอะมอลล์ บางแค, สาขาเพชรเกษม, สาขาวงเวียนใหญ่ และ สาขาสมุทรสาคร ซึ่งมีความแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างโดยสาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ และสาขาเดอะมอลล์ บางแค เป็นสาขาที่เปิดให้บริการให้ห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 20.00 น. สาขาเพชรเกษม และสาขาวงเวียนใหญ่ เป็นสาขาภายนอกห้างสรรพสินค้า ที่เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 น. - 16.00 น. และ สาขาสมุทรสาคร เป็นสาขาที่อยู่ในเขตปริมณฑล เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 น. - 16.00 น. ลักษณะแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. ตัวแปรส่วนบุคคล มี 6 ข้อ
2. ตัวแปรข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร มี 4 ข้อ
3. ตัวแปรปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) มี 33 ข้อ

การศึกษานี้ ได้ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็น และนำกลับมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงให้มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และใช้ภาษาที่เหมาะสม จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน คำนวณค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรของ Cronbach's

Alpha ได้ค่าความเที่ยง 0.8271 ซึ่งเกินกว่า 0.80 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปใช้จริง กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัยโดยวิธี สกัดปัจจัยด้วยวิธีองค์ประกอบสำคัญ และ หมุนแกนแบบแวนรีแมกซ์

## 1. สรุปผลการวิจัย

### 1.1 ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นหญิงร้อยละ 57.50 เป็นชายร้อยละ 42.50 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุ 56 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 6.5 มีสถานภาพโสดมากที่สุด คือ ร้อยละ 53 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 42 และสถานภาพแยกกันอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 2 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาโท ร้อยละ 16 และผู้ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 13.5 เป็นพนักงานบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ อื่น ๆ ซึ่งหมายถึง พ่อบ้าน/แม่บ้าน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5

### 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.50 รองลงมาเป็นบัญชีเงินฝากประจำ คิดเป็นร้อยละ 34.0 ใช้บริการสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 28.0 กองทุนรวม คิดเป็นร้อยละ 20.5 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน คิดเป็นร้อยละ 11.0 บริการตัวแลกเงิน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และบริการอื่น ๆ ได้แก่ ชำระค่าสินค้าหรือบริการ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.0 จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ ใช้บริการ 3 ธนาคาร มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาได้แก่ จำนวน 2 ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 39.0 มากกว่า 3 ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ และน้อยที่สุด ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเดียว คิดเป็นร้อยละ 5.5 ธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมา ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 16.5 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 15.5 ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 7.0



ธนาคารแลนด์แอนด์เฮอร์ส คิดเป็นร้อยละ 5.0 ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) คิดเป็นร้อยละ 5.0 ธนาคารยูโอบี คิดเป็นร้อยละ 4.0 ธนาคารนครหลวงไทย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ธนาคารทีสโก้ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ธนาคารเกียรตินาคิน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ น้อยที่สุด ได้แก่ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) และ ธนาคารทหารไทย คิดเป็นร้อยละ 0.5 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ดังกล่าว มากที่สุด ได้แก่ สะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีข้อตกลงพิเศษ เช่น บัญชีเงินเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อัตราดอกเบี้ยสูง คิดเป็นร้อยละ 17.0 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี คิดเป็นร้อยละ 15.0 เหตุผลอื่น ๆ ได้แก่ การชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 6.25 ให้บริการพิเศษเหนือธนาคารอื่น คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ และน้อยที่สุด ได้แก่ มีความสัมพันธ์กับเครือญาติ คิดเป็นร้อยละ 4.0

### 1.3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ประกอบด้วย 7 ปัจจัยดังนี้

#### 1.3.1 คุณภาพการบริการของธนาคาร

คุณภาพการบริการของธนาคาร ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 5 ตัวแปร โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ ระเบียบของธนาคาร ไม่ยุ่งยาก ระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อม มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องทันสมัย การให้บริการมีความรวดเร็ว จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

#### 1.3.2 ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร

ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 4 ตัวแปร โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ มีประเภทสินเชื่อตรงความต้องการ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์ต่ำ

#### 1.3.3 การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคลภายนอก

การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคลภายนอก ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 6 ตัวแปร โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ มีภาพลักษณ์ทันสมัย ชื่อเสียงของธนาคาร บุคลิกภาพ/ การแต่งกายของพนักงาน มีการแจ้งข่าวสารสม่ำเสมอ ความสะอาดภายในสาขาธนาคาร

#### 1.3.4 บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง

บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 6 ตัวแปร โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ เปิดให้บริการให้

ห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ เช่น ATM มีสถานที่  
จอดรถ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง มีบริการเงินฝากหลายประเภท

### 1.3.5 ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ

ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 5 ตัวแปร  
โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ ใกล้บ้านหรือ ใกล้ที่ทำงาน เดินทาง  
สะดวก ความมั่นคงของธนาคาร มีความน่าเชื่อถือ จำนวนสาขาราชการ

### 1.3.6 อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ

อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ  
จำนวน 3 ตัวแปร โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ ยกเว้นค่าธรรมเนียม  
โอนจากบัญชีออมทรัพย์เข้าบัญชีกระแสรายวัน ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น จำนวน  
เงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชี

### 1.3.7 คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี

คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 4 ตัวแปร  
โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากไปหาน้อย ได้แก่ ให้คำแนะนำ มีการเอาใจใส่ลูกค้า  
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานรอบรู้ตอบข้อซักถามได้ มีความสนิทสนมระหว่างลูกค้าและ  
พนักงาน

## 1.4 การจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)  
จำกัด (มหาชน) จากปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัย ผลปรากฏว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด  
ได้แก่ ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร รองลงมาได้แก่ บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทน  
สูง คุณภาพการบริการของธนาคาร การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคล  
ภายนอก ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ ตามลำดับ  
และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี

## 2. อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)  
ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้แล้วนั้น สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้บริการเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สถานภาพโสด

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ประเภทของบริการที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ จำนวนธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการมากที่สุด คือ 3 ธนาคาร ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย สาเหตุที่เลือกใช้บริการคือ สะดวกในการเดินทาง ซึ่งจากผลการวิจัยข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน จึงไม่น่าแปลกใจ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจในบริการของธนาคารที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากทำให้ได้รับความสะดวก ในการใช้บริการ เมื่อเดินทางไปห้างสรรพสินค้าเพื่อจับจ่ายใช้สอย ก็สามารถใช้บริการได้ ทั้งหลังเวลาทำการ และในช่วงวันหยุด

## 2.2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้ปัจจัยบ่งชี้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) 7 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 2.1.1 คุณภาพการบริการของธนาคาร
  - 2.1.2 ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร
  - 2.1.3 การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคลภายนอก
  - 2.1.4 บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง
  - 2.1.5 ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ
  - 2.1.6 อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ
  - 2.1.7 คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการดี
- 2.2.1 คุณภาพการบริการของธนาคาร

คุณภาพการบริการของธนาคาร ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 5 ตัวแปร โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ ระเบียบของธนาคารที่ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อม มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่องทันสมัย การให้บริการมีความรวดเร็ว จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึงคุณภาพการบริการของธนาคารที่ทำให้กลุ่มตัวอย่าง ได้รับความสะดวก รวดเร็ว การบริการมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ถูกคัดเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิน ปาจุวัง (2537) ได้ศึกษาถึง การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้บริการเงินฝาก พบว่า ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการใช้บริการเงินฝาก และยังสอดคล้อง กับงานวิจัยของวิบูลย์ สุทธิวรรณ (2541) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่พบว่า ปัจจัยด้าน ขบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

### 2.2.2 ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร

ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ จำนวน 4 ตัวแปร โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบ่งชี้มากที่สุด คือ การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ มีประเภทสินเชื่อตรงความต้องการ และ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ รวดนดต่ำ ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึงระบบการให้สินเชื่อของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งปัจจุบันธนาคารเน้นการให้บริการที่ลูกค้าจะได้รับความสะดวกจากการติดต่อสินเชื่อกับทุกสาขาของธนาคาร ลูกค้าสามารถทราบผลการอนุมัติ เบื้องต้น และสามารถยื่นเอกสารผ่านทุกสาขาของธนาคารได้ ทำให้ใช้เวลาในการอนุมัติสินเชื่อน้อยลง มีการสอบถามความพึงพอใจจากลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และประเภทสินเชื่อให้ตรงตามกลุ่มลูกค้า และปรับปรุงอัตราดอกเบี้ยให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร

### 2.2.3 การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคลภายนอก

การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคลภายนอก ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ จำนวน 7 ตัว โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบ่งชี้มากที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ มีภาพลักษณ์ทันสมัย ชื่อเสียงของธนาคาร บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน มีการแจ้งข่าวสารสม่ำเสมอ ความสะอาดภายในสาขาธนาคาร ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึง ภาพลักษณ์ของธนาคารต่อบุคคลภายนอก ซึ่งปัจจุบันธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และมีการจัดทำโครงการ CSR เพื่อสังคม เช่น การแจกหมวกกันน็อกให้กับเด็กและ ติดตั้งจุดจอดรถจักรยานให้กับโรงเรียนในต่างจังหวัด รับบริจาคโลหิตให้กับสภาอากาศไทย และจัดทำโครงการทำบุญผ่านตู้เอทีเอ็มสำหรับมูลนิธิต่างๆ เป็นต้น ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวทำให้ลูกค้ารู้จักธนาคาร รวมถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารมากขึ้น ซึ่งช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับกฎของอุปสงค์ที่ว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ ซึ่งหมายถึง ปัจจัยทางการโฆษณา มีผลทำให้ผู้บริโภครู้จักและตัดสินใจสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไป

### 2.2.4 บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง

บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ จำนวน 6 ตัวแปร โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบ่งชี้มากที่สุด คือ เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า รองลงมา คือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ มีบริการเสริมพิเศษอื่น ๆ มีสถานที่

จอตรด อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง มีบริการเงินฝากหลายประเภท ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึง บริการพิเศษต่าง ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ ได้ปรับแผนการให้บริการ โดยเน้นการขยายสาขา และการเปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่จอตรด รวมถึงการให้บริการนอกเวลาทำการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่มีเวลา หรือทำงานประจำ ให้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ มีการให้บริการพิเศษให้กับลูกค้า เช่น บริการบัตรเครดิตเอ็ม บริการทางโทรศัพท์ บริการทางอินเทอร์เน็ตและบริการแจ้งเตือนทาง SMS ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการมากขึ้น นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนที่สูงยังมีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับกฎของอุปสงค์ คือ ราคาของสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อ ซึ่งเมื่ออัตราผลตอบแทนสูงก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจฝากเงินหรือใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น แต่เมื่ออัตราผลตอบแทนลดลง ลูกค้าก็จะเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่นและตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า

### 2.2.5 ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ

ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 5 ตัวแปร โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ ใกล้เคียงบ้านหรือใกล้ที่ทำงาน รองลงมา คือ เดินทางสะดวก ความมั่นคงของธนาคาร มีความน่าเชื่อถือ จำนวนสาขาของธนาคาร ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึง ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ อันได้แก่ สถานที่ใกล้บ้าน หรือใกล้ที่ทำงาน เดินทางสะดวก ที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีความต้องการถือเงินตามแนวคิดของ Baumol และ Tobin อุปสงค์ของเงินขึ้นอยู่กับต้นทุนในการเดินทางไปธนาคาร หากการเดินทางไปธนาคารไม่สะดวก การเดินทางเพื่อไปทำธุรกรรมทางการเงินก็จะน้อยลง ประชาชนก็จะถือเงินเก็บไว้ ฝากเงินกับธนาคารน้อยลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทุมวรรณ สีน้าเงิน (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ และพฤติกรรมผู้ฝากเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะดวกด้านบริการและสถานที่ งานวิจัยของ ครุณี วงศ์รัตนธรรม (2539) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้าเงินฝากเข้ามาใช้บริการด้านเงินฝากกับสาขาธนาคาร คือ อยู่ใกล้บ้าน ไปมาสะดวก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยสำคัญอันดับแรกก็คือ ความมั่นคงของธนาคาร

และงานวิจัยของ รจนา วิฑูรวาณิชย์ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออมเงินกับ ธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจมากในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคาร

### 2.2.6 อัตราค่าธรรมเนียมค่าและจำนวนเงินขั้นต่ำ

อัตราค่าธรรมเนียมค่าและจำนวนเงินขั้นต่ำ ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 3 ตัวแปร โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน จากบัญชีออมทรัพย์เข้าบัญชีกระแสรายวัน รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชี ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึงอัตราค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ซึ่งช่วยให้ ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งสอดคล้องตามกฎของอุปสงค์ (Law of demand) ที่ว่า ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ ซึ่งโดยปกติผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้า หรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณที่มากขึ้น ถ้าสินค้าชนิดนั้นมีราคาลดลง และจะซื้อใน ปริมาณที่น้อยลงถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ดังนั้นเมื่อธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ยกเว้น ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินจากบัญชีออมทรัพย์เข้าบัญชีกระแสรายวัน และมีอัตราค่าธรรมเนียม สมุดเช็คที่ถูกกว่าธนาคารอื่น โดยมีค่าธรรมเนียมเช็คฉบับละ 10 บาท ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์ อื่นมีค่าธรรมเนียมเช็คฉบับละ 15 - 20 บาท นอกจากนี้ยังมีจำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชีที่ต่ำ กว่าธนาคารพาณิชย์อื่นคือ เปิดบัญชีขั้นต่ำ เพียง 100 บาท ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์อื่นเปิดบัญชีขั้นต่ำ 500 บาท จึงเป็นเหตุผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)

### 2.2.7 คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ

คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 4 ตัวแปร โดยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักบนปัจจัยมากที่สุด คือ ให้คำแนะนำ มีการเอาใจใส่ลูกค้า รองลงมา คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานรอบรู้ตอบข้อซักถามได้ มีความสนิทสนมระหว่างลูกค้าและ พนักงาน ตัวแปรเหล่านี้ บรรยายถึงคุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจใน บริการและทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ซึ่งในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มีการแข่งขันกันมากขึ้นในการให้บริการ เพื่อรักษารฐานลูกค้าให้คงอยู่ และขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นจากการ ให้บริการให้เกิดความประทับใจ โดยมีการสำรวจความพึงพอใจจากลูกค้าในการใช้บริการธนาคาร และเปิดช่องทางการรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ ทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย อนันต์ บุญทวีกร (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มประชาชนทั่วไป คำนึงถึง ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิเวศน์ เชื้อพรรณงาม

(2541) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกธนาคารพาณิชย์ในเขตสุขภาพิบาล อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อใช้บริการเงินฝาก พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านพนักงาน

จากผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ดังนี้

- 1) ทฤษฎีว่าด้วยกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ช่วยศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร เนื่องจากการศึกษาถึงตัวกำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants) ซึ่งหมายถึง ตัวแปร หรือ ปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจ ปัจจัยเหล่านี้จะผลต่อปริมาณซื้อที่แตกต่างกัน และตัวแปรที่เกี่ยวข้องยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ จากการวิจัย ได้แก่ ผลตอบแทน อัตราดอกเบี้ย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทัศนคติ ความเชื่อ เป็นต้น
- 2) ทฤษฎีว่าด้วยอรรถประโยชน์ (Cardinal Utility Theory) และทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve Theory) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร เนื่องจากการเป็นความพอใจที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ จากการเลือกบริโภคภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้ได้ความพึงพอใจสูงสุด
- 3) ทฤษฎีความต้องการถือเงินตามแนวคิดของ Baumol และ Tobin เป็นการแสดงให้เห็นว่า การถือเงินนั้น ก่อให้เกิดความสะดวในการจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากไม่จำเป็นที่จะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม (Transaction Costs) สำหรับการแปลงสินทรัพย์ทางการเงินให้เป็นเงินสด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคาร เนื่องจากอุปสงค์ของเงินขึ้นอยู่กับต้นทุนในการเดินทางไปธนาคาร หากการเดินทางไปธนาคารไม่สะดวก การเดินทางเพื่อไปทำธุรกรรมทางการเงินก็จะน้อยลง ประชาชนก็จะถือเงินเก็บไว้ ฝากเงินกับธนาคารน้อยลง

### 2.3 การจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) จากปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัย ผลปรากฏว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร ซึ่งไม่น่าแปลกใจเนื่องจากธุรกิจหลักของธนาคารเป็นธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการกับธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่จะใช้บริการสินเชื่อรถยนต์เป็นบริการหลัก และคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดีเกี่ยวกับการให้บริการด้านสินเชื่อ ทั้งในด้านความรวดเร็วในการอนุมัติ ความสะดวกในการขอสินเชื่อ ที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน รวมถึง การแนะนำประเภทของสินเชื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย ซึ่งธนาคาร ควรให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบาย โดยมีการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการ และความ

ต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการ ให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดทำให้สามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น ปัจจัยรองลงมาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญได้แก่ บริการพิเศษ สถานที่ และ อัตราผลตอบแทนสูง คุณภาพการบริการของธนาคาร การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารต่อบุคคลภายนอก ความสะดวก และความน่าเชื่อถือ อัตราค่าธรรมเนียมต่ำและจำนวนเงินขั้นต่ำ ตามลำดับ ซึ่งสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 26 – 35 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท ซึ่งอยู่ในวัยเริ่มออมเงิน ทำให้ประเภทของบริการที่ใช้มากที่สุดคือ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้ ต้องการความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ สามารถใช้บริการได้แม้จะเป็นวันหยุด เมื่อไปห้างสรรพสินค้าก็สามารถใช้บริการได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ได้สูงสุดคือ เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า รองลงมาคือ เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญในผลิตภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ลูกค้าสามารถใช้บริการได้โดยไม่ต้องเข้ารับบริการที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร เช่น บริการบัตรเอทีเอ็ม บริการเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ บริการทางอินเทอร์เน็ต บริการแจ้งข่าวสารทาง SMS ในระบบโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ คุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากสถานการณ์ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันทวีความเข้มข้นและรุนแรงมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ จากคู่แข่งที่เป็นธนาคารภายในประเทศ และธนาคารที่มีการร่วมทุนกับต่างประเทศ การจ่ายอัตราดอกเบี้ยสูงไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจากธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร ซึ่งหมายถึง ความถึง การอนุมัติสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ มีประเภทสินเชื่อตรงความต้องการ และ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อรถยนต์ต่ำ ซึ่งธุรกิจหลักของธนาคารคือ ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ ดังนั้น การแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดของธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) จึงควรเน้นหนักไปที่การอำนวยความสะดวกในการบริการด้านสินเชื่อ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้า โดยการสอบถามความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้ลูกค้าแนะนำการบริการ ซึ่งจะได้รับข้อมูลโดยตรงจากลูกค้าที่มาใช้บริการ กำหนดเป้าหมายหลักที่สำคัญ มุ่งเน้นไปที่คุณภาพการให้บริการ เพื่อขยายส่วน



แบ่งทางการตลาดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ก็จะมีโอกาสแนะนำผลิตภัณฑ์อื่นเพิ่มเติมเพื่อสร้างรายได้ให้กับธนาคารเพิ่มมากขึ้น

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจง จากลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อรถยนต์ของธนาคาร ทำให้ผลการวิจัยที่ได้ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร คือ ระบบสินเชื่อที่ดีของธนาคาร ซึ่งเมื่อวิเคราะห์จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปจึงน่าจะมีการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในภาพรวมของธนาคาร เพื่อศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ในแต่ละแห่ง มีผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นแตกต่างกัน ทำให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการมีความแตกต่างกันด้วย ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่วยให้ธนาคารสามารถกำหนดแนวทาง เพื่อรักษารฐานลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2548) หลักสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย  
คณิน ป่าจิวัง (2537) การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าเมื่อ  
ใช้บริการเงินฝาก ปัญหาพิเศษปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จิตรลดา อาจหาญ (2545) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารไทยธนาคาร  
จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะสาขาที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานเขต 10 ปัญหา  
พิเศษปริญญาโท มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้า  
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้าอิสระ  
ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชมพูนุท ไกสลากร (2546) อุปสงค์ของเงิน ใน เอกสารการสอนชุดวิชาเศรษฐศาสตร์การเงิน  
หน่วยที่ 10 หน้า 111 – 126 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชา  
เศรษฐศาสตร์
- ฉันทัมพร วีรวิทยาเศรษฐ์ (2548) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินอาชีพตัวแทนประกันชีวิต  
กรณีศึกษาบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ครุณี วงศ์รัตนธรรม (2539) ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระปริญญาโท  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) “ประวัติธนาคาร” <http://www.Thanachartbank.co.th>  
สืบค้น 29 กันยายน 2552.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย “สถิติจำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์”  
<http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/CommercialBank.aspx>  
สืบค้น 29 กันยายน 2552.
- นิเวศน์ เชื้อพรรณงาม (2541) ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกธนาคารพาณิชย์ในเขตสุขาภิบาล  
อำเภอเมืองแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อใช้บริการเงินฝาก  
ปัญหาพิเศษปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- บุปผา วัชวุฒิ (2551) การศึกษาพฤติกรรมการฝากเงินธนาคารพาณิชย์และปัจจัยที่มี  
ความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากของผู้ฝากเงินในจังหวัดปทุมธานี การศึกษาค้นคว้า  
อิสระปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปทุมวรรณ สีนํ้าเงิน (2551) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์  
และพฤติกรรมผู้ฝากเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การศึกษาค้นคว้าอิสระ  
ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พรชัย อนันนบุญทริก (2547) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตอำเภอ  
เมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิล เสดราส (2542) “บทสรุปของคิลอยท์คอนซัลติง แแบงก์ไทยพัฒนาการซ้ากว่าคู่แข่งในเอเชีย”  
ประชาชาติธุรกิจ. (28 – 30 มิถุนายน 2542):11.
- รจนา วิฑูรวาณิชย์ (2547) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออมเงินกับธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก  
สารนิพนธ์ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิบูลย์ สุทธิวรรณ (2541) พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร  
พาณิชย์ ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ปัญหาพิเศษปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สุภมาส อังศุโชติ (2552) สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์  
เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL บทที่ 3 หน้า 92-114
- Andrew Laurence Comrey, Howard B. Lee (1992) A First Course In Factor Analysis  
Hair, Joseph F., Bush Robert P., and David J, 2000:391

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสอบถาม**

## แบบสอบถาม

## เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

## ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

## 1.1 เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

## 1.2 อายุ

- ( ) 1. 16 – 25 ปี ( ) 4. 46 – 55 ปี  
( ) 2. 26 – 35 ปี ( ) 5. 56 ปีขึ้นไป  
( ) 3. 36 – 45 ปี

## 1.3 สถานภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 4. แยกกันอยู่  
( ) 2. สมรส  
( ) 3. หย่าร้าง / ม่าย

## 1.4 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 4. สูงกว่าปริญญาโท  
( ) 2. ปริญญาตรี  
( ) 3. ปริญญาโท

## 1.5 อาชีพปัจจุบัน

- ( ) 1. ธุรกิจส่วนตัว ( ) 4. นักเรียน / นักศึกษา  
( ) 2. พนักงานบริษัท ( ) 5. อื่น ๆ ระบุ.....  
( ) 3. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

## 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 4. 50,001 – 100,000 บาท  
( ) 2. 10,001 – 30,000 บาท ( ) 5. 100,001 บาทขึ้นไป  
( ) 3. 30,001 – 50,000 บาท

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคาร**

**2.1 ประเภทบริการที่ท่านใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ( ) 1. เงินฝากประจำ
- ( ) 2. เงินฝากออมทรัพย์
- ( ) 3. เงินฝากกระแสรายวัน
- ( ) 4. กองทุนรวม
- ( ) 5. ตัวแลกเงิน
- ( ) 6. บริการสินเชื่อ
- ( ) 7. บริการอื่น ๆ โปรดระบุ .....

**2.2 ปัจจุบันท่านใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ จำนวนกี่ธนาคาร**

- ( ) 1. 1 ธนาคาร
- ( ) 2. 2 ธนาคาร
- ( ) 3. 3 ธนาคาร
- ( ) 4. มากกว่า 3 ธนาคาร โปรดระบุ.....

**2.3 โปรดระบุธนาคารพาณิชย์ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด**

- ( ) 1. ธนาคารกรุงเทพ
- ( ) 2. ธนาคารกสิกรไทย
- ( ) 3. ธนาคารไทยพาณิชย์
- ( ) 4. ธนาคารกรุงไทย
- ( ) 5. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- ( ) 6. ธนาคารนครหลวงไทย
- ( ) 7. ธนาคารทหารไทย
- ( ) 8. ธนาคารยูโอบี
- ( ) 9. ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)
- ( ) 10. ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์
- ( ) 11. ธนาคารทีสโก้
- ( ) 12. ธนาคารเกียรตินาคิน
- ( ) 13. ธนาคารอาคารสงเคราะห์
- ( ) 14. ธนาคารอื่น ๆ โปรดระบุ.....

**2.4 โปรดระบุสาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ตามข้อ 2 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ( ) 1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง
- ( ) 2. ให้บริการพิเศษเหนือกว่าธนาคารอื่น เช่น มีส่วนลดค่าธรรมเนียม
- ( ) 3. สะดวกในการเดินทาง
- ( ) 4. มีความสัมพันธ์กับเครือข่าย
- ( ) 5. มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ
- ( ) 6. มีข้อตกลงพิเศษ เช่น เป็นบัญชีเงินเดือน
- ( ) 7. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- ( ) 8. อื่น ๆ โปรดระบุ .....



**ตอนที่ 3 ปัจจัยต่อไปนี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) มากน้อยเพียงใด**

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีระดับคะแนนดังนี้  
1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	1	2	3	4	5
1. มีสินเชื่ตรงตามความต้องการ เช่น สินเชื่รถยนต์ สินเชื่บ้าน สินเชื่เพื่อการศึกษา	.....	.....	.....	.....	.....
2. การอนุมัติสินเชื่ไม่ยุ่งยาก	.....	.....	.....	.....	.....
3. ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่	.....	.....	.....	.....	.....
4. มีบริการเงินฝากหลายประเภท เช่น เงินฝากประจำ เงินฝากออมทรัพย์ คิวแลกเงิน กองทุนรวม	.....	.....	.....	.....	.....
5. มีบริการเสริม และบริการพิเศษอื่น ๆ เช่น บริการ ทางโทรศัพท์, บริการทางอินเทอร์เน็ต, เอทีเอ็ม	.....	.....	.....	.....	.....
6. ความสะอาดภายในสาขารธนาคาร	.....	.....	.....	.....	.....
7. เดินทางสะดวก	.....	.....	.....	.....	.....
8. มีสถานที่จอดรถ	.....	.....	.....	.....	.....
9. ใกล้บ้าน หรือ ใกล้ที่ทำงาน	.....	.....	.....	.....	.....
10. เปิดให้บริการนอกเวลาทำการ	.....	.....	.....	.....	.....
11. เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า	.....	.....	.....	.....	.....
12. การประชาสัมพันธ์ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์, วิทยุ, ใบปลิวประชาสัมพันธ์	.....	.....	.....	.....	.....
13. ชื่อเสียงของธนาคาร	.....	.....	.....	.....	.....
14. ความมั่นคงของธนาคาร	.....	.....	.....	.....	.....
15. จำนวนสาขาของธนาคาร	.....	.....	.....	.....	.....
16. มีความน่าเชื่อถือ	.....	.....	.....	.....	.....
17. มีภาพลักษณ์ทันสมัย	.....	.....	.....	.....	.....
18. พนักงานมีความรู้ ตอบข้อซักถามได้	.....	.....	.....	.....	.....
19. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	.....	.....	.....	.....	.....
20. บุคลิกภาพ / การแต่งกายของพนักงาน	.....	.....	.....	.....	.....
21. มีการให้คำแนะนำ และความเอาใจใส่ลูกค้า	.....	.....	.....	.....	.....

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
22. มีความสนิทสนมคุ้นเคยระหว่างลูกค้ากับพนักงาน	.....	.....	.....	.....	.....
23. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	.....	.....	.....	.....	.....
24. การให้บริการมีความรวดเร็ว	.....	.....	.....	.....	.....
25. ระบบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มีความพร้อมตลอดเวลา	.....	.....	.....	.....	.....
26. ระเบียบของธนาคารไม่ยุ่งยาก	.....	.....	.....	.....	.....
27. มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัย	.....	.....	.....	.....	.....
28. มีการแจ้งข่าวสารของธนาคารสม่ำเสมอผ่านทางไปรษณีย์	.....	.....	.....	.....	.....
29. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	.....	.....	.....	.....	.....
30. อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อดีกว่าธนาคารอื่น	.....	.....	.....	.....	.....
31. ค่าธรรมเนียมสมุดเช็คถูกกว่าธนาคารอื่น	.....	.....	.....	.....	.....
32. จำนวนเงินขั้นต่ำในการเปิดบัญชีต่ำกว่าธนาคารอื่น	.....	.....	.....	.....	.....
33. ยกเว้นค่าธรรมเนียมโอนจากบัญชีออมทรัพย์เข้ากระแสรายวันเพื่อ ตัดเช็ค	.....	.....	.....	.....	.....

.....

**ภาคผนวก ข**  
**ข้อมูลที่ใช้ประมวลผล**

## ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

## เพศของกลุ่มตัวอย่าง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	170	42.5	42.5	42.5
	หญิง	230	57.5	57.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## อายุของกลุ่มตัวอย่าง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-25 ปี	54	13.5	13.5	13.5
	26-35 ปี	182	45.5	45.5	59.0
	36-45 ปี	74	18.5	18.5	77.5
	46-55 ปี	64	16.0	16.0	93.5
	56 ปีขึ้นไป	26	6.5	6.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	212	53.0	53.0	53.0
	สมรส	168	42.0	42.0	95.0
	หย่าร้าง/ ม้าย	12	3.0	3.0	98.0
	แยกกันอยู่	8	2.0	2.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า	54	13.5	13.5	13.5
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	282	70.5	70.5	84.0
	ปริญญาโท	64	16.0	16.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ธุรกิจส่วนตัว	58	14.5	14.5	14.5
	พนักงานบริษัท	276	69.0	69.0	83.5
	ข้าราชการ/ พนักงาน	28	7.0	7.0	90.5
	รัฐวิสาหกิจ				
	นักเรียน/นักศึกษา	28	7.0	7.0	97.5
	อื่น ๆ ระบุ	10	2.5	2.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 10000	52	13.0	13.0	13.0
	10001-30000	201	50.3	50.3	63.3
	30001-50000	105	26.3	26.3	89.5
	50001-100000	28	7.0	7.0	96.5
	100001 บาทขึ้นไป	14	3.5	3.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## ประเภทของการใช้บริการ

## บัญชีเงินฝากประจำ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	264	66.0	66.0	66.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	136	34.0	34.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## บัญชีเงินฝากออมทรัพย์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	22	5.5	5.5	5.5
	ผู้ตอบเลือกตอบ	378	94.5	94.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	356	89.0	89.0	89.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	44	11.0	11.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## กองทุน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่ เลือกตอบ	318	79.5	79.5	79.5
	ผู้ตอบ เลือกตอบ	82	20.5	20.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## บริการอื่น ๆ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่ เลือกตอบ	364	91.0	91.0	91.0
	ผู้ตอบ เลือกตอบ	36	9.0	9.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## จำนวนธนาคารที่ใช้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 ธนาคาร	22	5.5	5.5	5.5
	2 ธนาคาร	156	39.0	39.0	44.5
	3 ธนาคาร	180	45.0	45.0	89.5
	มากกว่า 3 ธนาคาร	42	10.5	10.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ธนาคารขนาดธนาคารเดี่ยว	22	5.5	5.5	5.5
	ธนาคารกรุงเทพ	50	12.5	12.5	18.0
	ธนาคารกสิกรไทย	96	24.0	24.0	42.0
	ธนาคารไทยพาณิชย์	66	16.5	16.5	58.5
	ธนาคารกรุงไทย	62	15.5	15.5	74.0
	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	28	7.0	7.0	81.0
	ธนาคารนครหลวงไทย	12	3.0	3.0	84.0
	ธนาคารทหารไทย	2	.5	.5	84.5
	ธนาคารยูโอบี	16	4.0	4.0	88.5
	ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอ์ อร์ด(ไทย)	2	.5	.5	89.0
	ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์	22	5.5	5.5	94.5
	ธนาคารทีสโก้	8	2.0	2.0	96.5
	ธนาคารเกียรตินาคิน	4	1.0	1.0	97.5
	ธนาคารอาคารสงเคราะห์	10	2.5	2.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



## เหตุผลที่เลือกใช้นาการพาณิชย์

## อัตราดอกเบี้ยสูง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	332	83.0	83.0	83.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	68	17.0	17.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## มีบริการพิเศษ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	376	94.0	94.0	94.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	24	6.0	6.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## เดินทางสะดวก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	164	41.0	41.0	41.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	236	59.0	59.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## มีความสนิทสนมกับพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	384	96.0	96.0	96.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	16	4.0	4.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## มีความมั่นคง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	300	75.0	75.0	75.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	100	25.0	25.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## มีข้อดกลงพิเศษ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	312	78.0	78.0	78.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	88	22.0	22.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	340	85.0	85.0	85.0
	ผู้ตอบเลือกตอบ	60	15.0	15.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อื่น ๆ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้ตอบไม่เลือกตอบ	375	93.8	93.8	93.8
	ผู้ตอบเลือกตอบ	25	6.3	6.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
N	Valid	400	398	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	398	400	400	400	400
	Missing	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
	Mean	3.15	2.99	2.97	3.88	3.61	3.75	3.97	3.73	3.88	4.35	4.39	3.96	3.86	3.92	3.96	4.00	4.11
	Std. Deviation	1.156	1.081	1.050	0.825	0.793	0.715	0.778	1.078	0.837	0.812	0.800	0.755	0.666	0.699	3.708	0.712	0.732

		X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3.89	3.60	3.82	4.02	3.95	4.06	4.11	3.53	3.34	3.64	3.51	4.02	3.32	3.33	3.67	3.14
	Std. Deviation	0.632	0.807	0.741	0.664	2.933	0.661	0.678	0.714	0.778	0.665	0.694	0.816	1.060	1.154	1.116	1.142

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวหนึ่งฤทัย รักเที่ยง
วัน เดือน ปีเกิด	13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2518
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี บธ.บ การเงินการธนาคาร จาก มหาวิทยาลัยสยาม จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ศ.บ. เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ จาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถานที่ทำงาน	ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยผู้จัดการ