

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ
ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

นายชโลธร หลีสิน

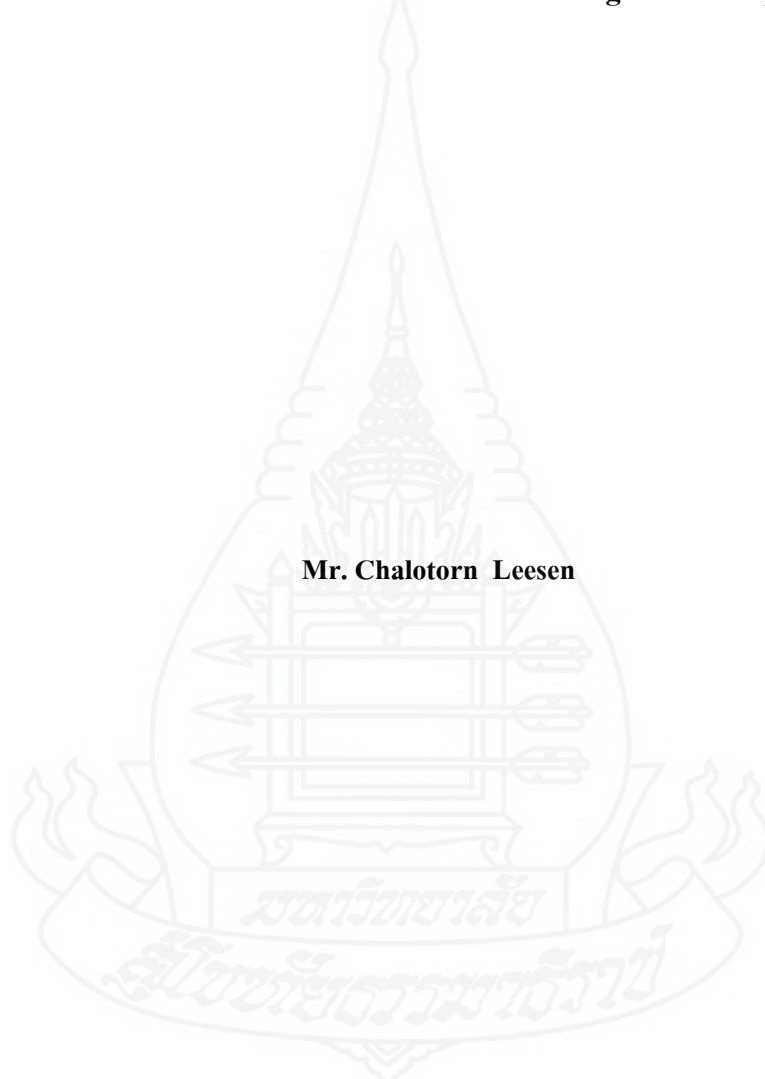


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2556

**Product Factors Affecting the Service of Personal Loan Credit
of Commercial Banks' Customers in Bangkok Metropolis**

Mr. Chalotorn Leesen



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Marketing

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2013

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อและนามสกุล	นายชโลธร หลีเส็น
แขนงวิชา	การตลาด
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ

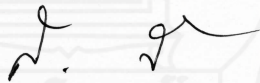
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2557

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ)



..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. สมนึก จันทร์ประทีน)



..... (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข็มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้ศึกษา นายชโลธร หลีเส็น รหัสนักศึกษา 2553004041 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ **ปีการศึกษา** 2556

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรของลูกค้ากับการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์กับการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนทั้งสิ้น 250 ราย จากการคำนวณโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีหลายขั้นตอนคือ การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย แบบโควตาและแบบตามสะดวกจากลูกค้าที่มีบัตรเงินสดของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี มีรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีสถานภาพโสด (1) ปัจจัยด้านลักษณะประชากรของลูกค้า ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์ควมมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ สินเชื่อบุคคล ธนาคารพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร

Independent Study title: Product Factors Affecting the Service of Personal Loan Credit of Commercial Banks' Customers in Bangkok Metropolis

Author: Mr. Chalotorn Leesen; **ID:** 2553004041; **Degree:** Master of Business Administration (Marketing);

Independent Study advisor: Yutthana Thamcharoen, Associate Professor; **Academic year:** 2013

Abstract

The objectives of the study were: (1) to study the relationship between demographic characteristics and customers' usage of personal loan services of commercial banks in Bangkok Metropolis; and (2) to study the relationship between product factors and customers' usage of personal loan services of commercial banks in Bangkok Metropolis.

This study was the survey research. The population was the personal loan customers of commercial banks in Bangkok Metropolis. The sample size was 250 samples calculated by unknown population size using multi-stage sampling method. The questionnaires were used to collect data. The statistics used in data analysis include descriptive statistics as percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics for hypothesis testing is the chi - square.

The study findings showed that most respondents were female aged 30-39 years, earned monthly incomes of 15,001-30,000 baht, had obtained undergraduate degrees, worked in private companies, and were single. (1) For hypothesis testing of demographic characteristics of the respondents, the result showed no significance relationship between gender, age, monthly income, status, education, occupation of customers; and customers' usage of personal loan services of commercial banks; and (2) for hypothesis testing of product factors, the result showed significant relationship between core products and augmented products and customers' usage of personal loan services of commercial banks.

Keywords: Personal loan, Commercial Bank, Bangkok Metropolis.

กิตติกรรมประกาศ

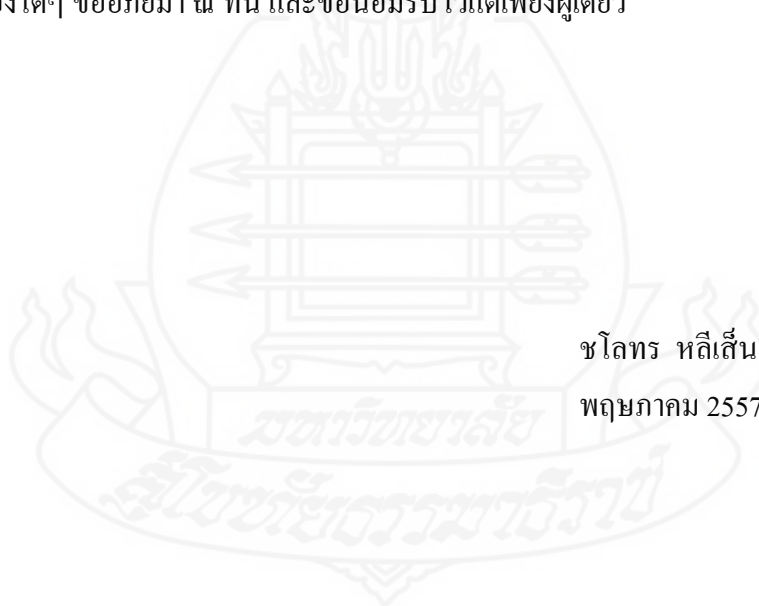
การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าที่ได้ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือแนะนำ ให้มีมุมมองได้อย่างกว้างขึ้นและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัยฉบับนี้ นับตั้งแต่ เริ่มต้นดำเนินงานจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นกรรมการ ในการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ได้ให้คำแนะนำ ทำให้การศึกษารั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณา ให้ความร่วมมือในการ ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาคาดว่าผลงานการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม และหากมี ข้อบกพร่องใดๆ ขออภัยมา ณ ที่นี้ และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ชโลธร หลีเส็น

พฤษภาคม 2557



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
กรอบแนวคิดในการศึกษา	4
สมมติฐานในการศึกษา	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	8
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ	10
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์	14
ข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อบุคคล	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	22
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์	29
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	31
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารพาณิชย์	34
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน	38
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	97
สรุปการศึกษา	97
อภิปรายผล	104
ข้อเสนอแนะ	107
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	113
ประวัติผู้ศึกษา	119



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนบัญชีแยกตามประเภทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อ บุคคลภายใต้การกำกับ	2
ตารางที่ 1.2 แนวโน้มธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารในประเทศไทย.....	3
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์.....	32
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ ด้านการรับรู้ปัญหา.....	35
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ ด้านขั้นตอนการค้นหาข้อมูล.....	35
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ ด้านขั้นตอนการประเมินผล ทางเลือก.....	36
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ ด้านขั้นตอนการตัดสินใจ.....	37
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ ด้านขั้นตอนพฤติกรรม ภายหลังการซื้อ.....	37
ตารางที่ 4.9 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา.....	39
ตารางที่ 4.10 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล.....	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก.....	41
ตารางที่ 4.12 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ.....	42
ตารางที่ 4.13 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ.....	43
ตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา.....	44
ตารางที่ 4.15 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล.....	45
ตารางที่ 4.16 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก.....	46
ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ.....	47
ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ.....	48
ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา.....	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล	50
ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก	51
ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ	52
ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	53
ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา	54
ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล	55
ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก	56
ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ	57
ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.29	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา	59
ตารางที่ 4.30	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล	60
ตารางที่ 4.31	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก	61
ตารางที่ 4.32	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ	62
ตารางที่ 4.33	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	63
ตารางที่ 4.34	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจ ในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา	65
ตารางที่ 4.35	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจ ในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล	66
ตารางที่ 4.36	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจ ในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก	67
ตารางที่ 4.37	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจ ในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.38 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ.....	69
ตารางที่ 4.39 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา.....	70
ตารางที่ 4.40 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล.....	71
ตารางที่ 4.41 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก.....	73
ตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ.....	74
ตารางที่ 4.43 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ.....	75
ตารางที่ 4.44 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา.....	77
ตารางที่ 4.45 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล.....	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.55 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วน ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล	90
ตารางที่ 4.56 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วน ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก	92
ตารางที่ 4.57 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วน ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ	93
ตารางที่ 4.58 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วน ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ บุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	94
ตารางที่ 4.59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับ กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	95
ตารางที่ 4.60 สรุปผลการทดสอบผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดสมมติฐานปัจจัยด้านองค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการ ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	96

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	4
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ	10
ภาพที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	11
ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนระหว่างการประชุมทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	12



บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ในสถานการณ์ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างเสรี ธุรกิจทุกประเภทจำเป็นต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจธนาคารก็เป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่จะต้องพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องคุณภาพของสินเชื่อ และการให้บริการลูกค้าซึ่งต้องดำเนินการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

ธนาคารโดยทั่วไปมีผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่ออยู่หลายประเภทด้วยกัน เช่น สินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อรถยนต์ สินเชื่อบุคคล เป็นต้น ในปัจจุบันพบว่าสินเชื่อบุคคลแบบไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Unsecured Loans) โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการสาขาธนาคารต่างประเทศและธนาคารพาณิชย์ ลูกครึ่งเป็นผู้ริเริ่มบุกตลาดนี้มาแล้วเป็นระยะเวลาหนึ่ง ก่อนที่สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร หรือ Non bank จะเข้ามามีบทบาทอย่างมากในระยะถัดมา ตามมาด้วยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทยที่เข้ามาดำเนินธุรกิจนี้เป็นลำดับหลังสุด

การเติบโตของสินเชื่อบุคคลแบบไม่มีหลักประกัน นอกจากจะเกิดจากวิวัฒนาการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการเงินสดของประชาชนแล้ว การออกเกณฑ์ควบคุมธุรกิจบัตรเครดิตของทางการ รวมทั้งความต้องการเสนอบริการสินเชื่อรายย่อยให้หลากหลายและครบวงจรของผู้ประกอบการ ก็ล้วนมีส่วนหนุนให้เกิดการแข่งขันเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจนี้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินเชื่อบุคคลมีความเสี่ยงสูง เพราะไม่มีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน และเป็นสินเชื่อที่สามารถรองรับความต้องการเงินสดของระดับผู้มีรายได้อันหลากหลาย โดยเฉพาะผู้มีรายได้อันกลางถึงรายได้น้อยในยามฉุกเฉิน สถาบันการเงินต่างๆ จึงมีการชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นโดยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกันออกไป โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่สูงกว่าสินเชื่อประเภทอื่นๆ ทั้งนี้ การกำหนดอัตราดอกเบี้ยขึ้นอยู่กับประเมินความเสี่ยง ทั้งจากข้อมูลส่วนตัว และจากประวัติการชำระเงินของลูกค้า เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2548)

จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 พบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลทั้งสิ้น 42 ราย ประกอบด้วยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 14 ราย กลุ่มสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 2 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีใช้ธนาคาร จำนวน 26 ราย

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนบัญชีแยกตามประเภทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ

ประเภทผู้ประกอบการ ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้การกำกับ	หน่วย (ล้านบาท)				
	ม.ค. 2553	ก.พ. 2553	มี.ค. 2553	เม.ย. 2553	พ.ค. 2553
	จำนวนบัญชี ทั้งสิ้น	จำนวนบัญชี ทั้งสิ้น	จำนวนบัญชี ทั้งสิ้น	จำนวนบัญชี ทั้งสิ้น	จำนวนบัญชี ทั้งสิ้น
ธนาคารพาณิชย์ไทย	1,677,966	1,673,161	1,725,271	1,722,451	1,738,959
สาขาธนาคารพาณิชย์ ต่างประเทศ	687,693	685,848	679,331	678,029	680,382
ผู้ประกอบการที่มีใช้ สถาบันการเงิน	6,370,246	6,383,780	6,394,561	6,400,881	6,411,764
รวม	8,735,905	8,742,789	8,799,163	8,801,361	8,831,105

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูล ณ วันที่ 9 กรกฎาคม 2553

จากข้อมูลดังกล่าวของธนาคารแห่งประเทศไทยจะเห็นได้ว่าแนวโน้มการเจริญเติบโตของสินเชื่อส่วนบุคคลยังมีอย่างต่อเนื่องในทุกปี

ในปี 2556 นี้ภาพรวมแนวโน้มธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล คาดว่าจะขยายตัวในอัตราชะลอลงมาที่ระดับ 9-13% คิดเป็นยอดคงค้างสินเชื่อรวม 2.75-2.85 แสนล้านบาท โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยมีมุมมองว่าแม้ความต้องการสินเชื่อในปีนี้จะยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากผลของมาตรการรัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจและเพิ่มอำนาจซื้อให้ประชาชนในปี 2555 โดยที่ผลของมาตรการบางส่วนยังส่งผลกระทบต่อมายังปี 2556 แต่การส่งสัญญาณเตือนของ ธปท. เกี่ยวกับการเร่งระดับขึ้นของหนี้ครัวเรือน รวมถึงขอความร่วมมือจากธนาคารพาณิชย์ ให้ลดการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการก่อหนี้ของลูกหนี้รายย่อย คาดว่าจะส่งผลโดยตรงต่อผู้ให้บริการสินเชื่อในการกำหนดแนวทางการขยายพอร์ตสินเชื่อส่วนบุคคลอย่างระมัดระวังมากขึ้น

ตารางที่ 1.2 แนวโน้มธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารในประเทศไทย

ยอดคงค้างสินเชื่อส่วนบุคคล	ปี 2555		กรอบคาดการณ์ปี 2556	
	ล้านบาท	อัตราเพิ่ม (%)	ล้านบาท	อัตราเพิ่ม (%)
ธนาคารพาณิชย์ไทยและสาขา	130,966	24.4	145,000 - 153,000	11.0-15.0
ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ				
Non-Bank	120,583	11.7	130,000 - 135,000	8.0-12.0
รวม	251,549	18	275,000 - 285,000	9.0-13.0

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย *ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

จากตัวเลขดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล คงจะมุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีประวัติดี ทั้งด้วยการจัด โปรโมชันพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า เช่น อัตราดอกเบี้ยที่จูงใจ หรือในรูปแบบคะแนนสะสมเพื่อแลกของกำนัล ส่วนการขยายฐานลูกค้าใหม่นั้น คาดว่าจะมีความเข้มงวดในเรื่องคุณสมบัติลูกหนี้เพิ่มขึ้น ซึ่งน่าจะส่งผลให้การแข่งขันเรื่องราคาหรือการลดอัตราดอกเบี้ยเป็นการทั่วไปในปีนี้น่าจะลดน้อยลง แต่จะหันไปเน้นการทำการตลาดในรูปแบบอื่นๆ เช่น การส่งเสริมการขายพิเศษสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Selective Customers) เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

จากแนวโน้มการทำตลาดในส่วนของการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ที่ยังคงมีการรักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มการขยายฐานลูกค้าใหม่ที่ต้องใช้กลไกทางการตลาดในรูปแบบที่ยากมากขึ้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจ ที่จะศึกษาหาข้อมูลของผู้บริโภคว่า อะไรเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ จึงถือเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้ใช้บริการทางด้านสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ให้ความสนใจและทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารที่มากกว่าความสนใจในด้านราคา และรับรู้ปัจจัยในด้านอื่นๆ เพื่อนำมาใช้ในการขยายฐานของตลาดสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์และแก้ไขจุดอ่อนและปรับจุดแข็งให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้กับสถาบันการเงินเฉพาะกิจ และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีธนาคาร (Non-bank) และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

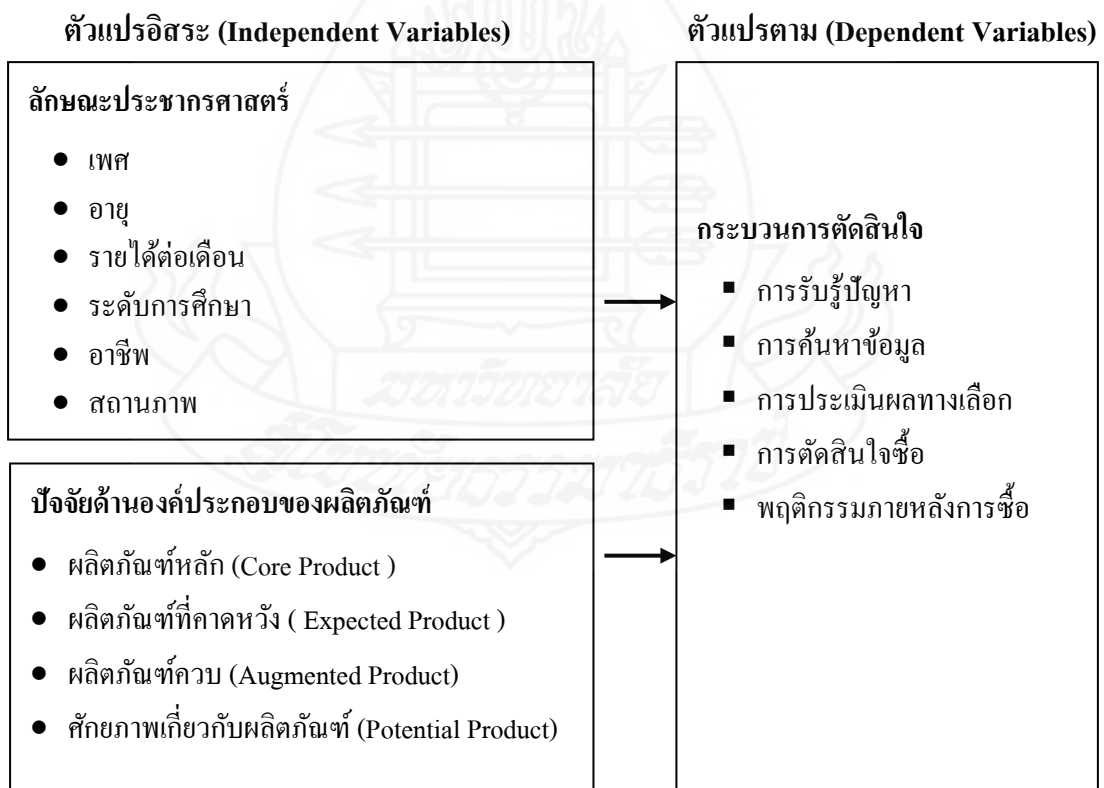
ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้



ภาพที่ 1. 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

4. สมมติฐานในการศึกษา

4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.2 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้าผู้มาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ

ตัวแปรปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ในที่นี้ศึกษาเฉพาะบัตรเครดิตเงินสด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) และศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product)

ตัวแปรด้านการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลคือ ระหว่างวันที่ 30 มกราคม ถึง วันที่ 30 พฤษภาคม 2557 รวมระยะเวลา 4 เดือน

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

- 6.1 ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์
- 6.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ
- 6.3 สินเชื่อบุคคล หมายถึง บัตรกดเงินสดแบบไม่ต้องมีหลักประกัน เป็นสินเชื่อที่ให้แก่บุคคลธรรมดา ซึ่งมีได้ระบุวัตถุประสงค์ประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการและไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยไม่มีทรัพย์สินใดๆ เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ
- 6.4 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) และศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product)
- 6.5 การใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน ดังนี้ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา ดังนี้
- 7.1 เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคาร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นการสร้างโอกาสทางการแข่งขันทางธุรกิจ
- 7.2 ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ หรือสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงเครื่องมือทางการตลาดในอนาคต ให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด และการหารูปแบบการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

7.3 เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าหาความรู้ เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์
4. ข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคล
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดๆ ที่เสนอให้แก่ตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจเพื่อต้องการความเป็นเจ้าของ เพื่อการใช้ หรือเพื่อการบริโภค โดยที่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (Kotler, 2003: 407) หรือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ถูกลำเสนอโดยกิจการ หรือกลุ่มของคุณลักษณะต่างๆ (ลักษณะทางกายภาพ หน้าที่ ผลประโยชน์ และประโยชน์) ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนหรือใช้ได้ หรือกลุ่มของสิ่งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ และตราสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (Etzel, Walker & Stanton, 2000)

ระดับของผลิตภัณฑ์ได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ คือ ผลประโยชน์หลัก (Core Benefit) ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expect Product) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเพิ่ม (Augmented Product) และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ (Kotler, 2003)

ผลประโยชน์หลัก (Core Benefit) คือ ระดับพื้นฐานหรือผลประโยชน์ที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ คือสิ่งที่จะตอบคำถามผู้บริโภคต้องการซื้ออะไรที่แท้จริง จากรูปจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะอยู่ในส่วนในสุดของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยผลประโยชน์หลักหรือสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ในการใช้หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจเครื่องสำอางคือความหวังหรือความมั่นใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์หลักของโรงแรม คือ การนอนหลับและพักผ่อนเป็นต้น ซึ่งนักการตลาดต้องค้นหาให้ได้ก่อนว่า ผลประโยชน์ที่แท้จริงที่ผู้บริโภคต้องการจากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์คืออะไร แล้วจึงผลิตภัณฑ์นั้นให้ได้คุณลักษณะที่สามารถสนองความพอนั้นซึ่งเรียกว่า ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน

ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) หรือรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Tangible Product) คือ ลักษณะทางกายภาพหรือคุณลักษณะต่างๆ ที่ผู้บริโภคสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นฐานนี้จะประกอบด้วยลักษณะ 5 ประการ คือ

1. คุณภาพ (Quality)
2. คุณลักษณะ (Feature)
3. การออกแบบ (Design)
4. ตราสินค้า (Brand Name)
5. บรรจุภัณฑ์ (Packaging)

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) คือ กลุ่มของคุณลักษณะ และเงื่อนไขต่างๆ ที่ผู้ซื้อมักจะคาดหวังว่าจะได้รับการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's Satisfaction)

ผลิตภัณฑ์ส่วนเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) คือ ผู้วางแผนผลิตภัณฑ์จะต้องมีการเตรียมผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเพิ่มที่นอกเหนือจากการคาดหวังปกติของผู้ซื้อไว้ด้วย หรือผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้าประกอบด้วย บริการก่อนและหลังการขาย ส่วนใหญ่จะจัดผลิตภัณฑ์ควบโดยมอบให้คนกลางในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

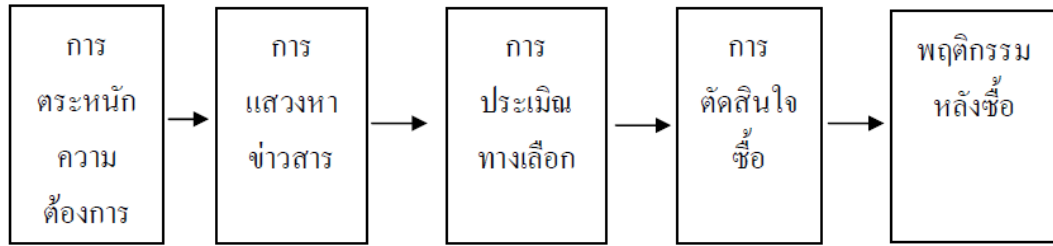
- (1) การติดตั้ง (Installation)
- (2) การขนส่ง (Transportation)
- (3) การรับประกัน (Insurance)
- (4) การให้สินเชื่อ (Credit)
- (5) การให้บริการอื่นๆ (Services) เช่น การจัดแสดงสินค้าให้กับคนกลาง และมีบริการ

ขนส่งผลิตภัณฑ์โดยรถของทางบริษัท

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยคุณค่าส่วนเพิ่มที่เป็นไปได้ทั้งหมด รวมถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มคุณค่าต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นต่อไปในอนาคต เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 160-166) ได้กล่าวแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อว่าการซื้อสินค้านั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ หลายขั้นตอน ผู้ซื้อจะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ ดังกล่าว อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนเหล่านี้มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังภาพที่ 2.3 กระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนที่การซื้อจริงจะเกิดขึ้นนานทีเดียว และก็เกิดติดต่อกัน ไปอีกนาน ผู้บริโภคอาจจะดำเนินกิจกรรมทั้ง 5 ขั้นตอน ถ้าเป็นเช่นนั้นเราเรียกการดำเนินกิจกรรมในทำนองนี้ว่า “ทุ่มเทความพยายามสูง” แต่ทว่าในการซื้อชนิดเป็น “กิจวัตร” ผู้บริโภคมักข้ามบางขั้นตอนหรือไม่ก็สลับขั้นตอน เช่น ไม่หาข่าวสารจากแหล่งภายนอก ซื้อสินค้าก่อนประเมินทีหลัง รีบเร่งซื้อไม่หาข่าวสาร และไม่ประเมินสินค้า เป็นต้น บางทีอาจเป็นเพราะเป็นสินค้าที่ใช้การทุ่มเทความพยายามต่ำ ซึ่งผู้ซื้อจึงข้ามขั้นตอนบางตอนไปทำการซื้อเลยกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ



ที่มา: อุดลย์ จาคูรงคกุล, 2543: 160

ภาพที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ มีองค์ประกอบดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ คือ การตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาวะที่ผู้ซื้อ เป็นอยู่จริงกับสภาวะที่เขาปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยตัวกระตุ้นจากภายใน (กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความหิวกระหาย เพศ) ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน นอกจากนั้นความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายนอก เช่น นาย ก. เดินผ่านร้านอาหารและการมองเห็นเบียร์อย่างที่แขวนอยู่ในร้านกระตุ้นความหิว หรือ นาย ก. ชมเซเชรคันใหม่ของเพื่อนบ้าน หรือเขาดูโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการพักผ่อนในแคนาดา

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นอาจจะ หรือ อาจจะไม่เสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันของผู้บริโภคแข็งแกร่งและสินค้าที่ตอบสนองอยู่ใกล้ ผู้บริโภคมักจะทำการซื้อมัน มิฉะนั้นแล้วผู้บริโภคอาจเก็บความต้องการนั้นไว้ในความทรงจำหรือไม่ก็ทำการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการดังกล่าว

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) แนวความคิดเบื้องต้นที่จะช่วยอธิบายกระบวนการประเมินผู้บริโภค มีดังนี้

ประการแรก เรามีสมมุติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละรายมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวลรวมของลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ในกรณีกล้องถ่ายรูป ลักษณะของผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพของรูปถ่ายง่ายต่อการใช้ ขนาดของกล้อง ราคา และลักษณะอื่นๆ ผู้บริโภคแตกต่างกันในการมองลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

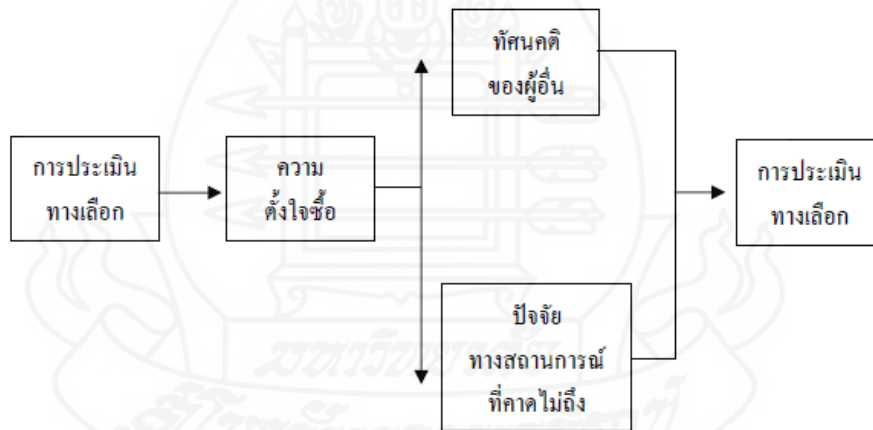
ประการที่สอง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

ประการที่สาม ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตรายี่ห้อขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตรายี่ห้อ ความเชื่อชุดที่ผู้บริโภคมักมีกับตราใดตราหนึ่งนั้นเรียกว่า “ภาพพจน์ของตรายี่ห้อ (Brand Image)” โดยการมีประสบการณ์และผลที่ได้รับจากการมีการเลือกรับรู้ เลือกบิดเบือน และเลือกเก็บรักษา ความเชื่อของผู้บริโภคจึงแตกต่างไปจากลักษณะจริงของผลิตภัณฑ์

ประการที่สี่ ความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของลักษณะตัวสินค้า

ประการที่ห้า ผู้บริโภคเกิดมีทัศนคติต่อตราทั้งหลายโดยวิธีการประเมินบางวิธี ผู้บริโภคมักใช้วิธีการประเมินบางวิธีขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อของเขา

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543: 164) ในขั้นตอนการประเมิน ผู้บริโภคจะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อตราที่ชอบมากที่สุด แต่ทว่า มีปัจจัย 2 ประการ อาจเข้ามาขวางระหว่างความตั้งใจซื้อกับการตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนระหว่างการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยแรก คือ ทศนคติของผู้อื่น เช่น ถ้าภรรยา นาย ก. เห็นว่าควรซื้อของราคาถูกที่สุดโอกาสที่ นาย ก. จะซื้อของราคาถูกก็จะลดน้อยลง

ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง ผู้บริโภคอาจสร้างความตั้งใจซื้อขึ้นมา โดยอิงปัจจัยต่างๆ เช่น รายได้ที่คาดว่าจะได้รับราคาที่เหมาะสม และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับ อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงอาจเปลี่ยนความตั้งใจซื้อได้ การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคอาจต้องทำการตัดสินใจย่อย 5 ประการ เพื่อการซื้อสินค้าได้แก่ การตัดสินใจเลือกตรา ตัดสินใจเลือกผู้ขาย ตัดสินใจเลือกจำนวน ตัดสินใจเลือกจังหวะเวลาและการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการจ่ายเงิน แต่การซื้อสินค้าที่ใช้ทุกวันเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อน้อยกว่านี้เช่น การซื้อน้ำปลา นาย ก. อาจคิดหนักน้อยในเรื่องของผู้ขาย และวิธีการจ่ายเงิน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากที่มีการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจ และจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการปฏิบัติของสินค้า ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะผิดหวัง ถ้าตรงกับความคาดหวังผู้บริโภคจะพอใจ ถ้าดีเกินความคาดหวังผู้บริโภคจะปลื้มและยินดีมาก

ผู้บริโภคถึงความคาดหวังไว้กับข่าวสารที่ได้รับ ถ้าผู้บริโภคปฏิบัติตามงานของสินค้าเกินความเป็นจริง ผลก็คือ ผู้บริโภคจะไม่พอใจ ดังนั้น ผู้ขายจะต้องซื้อสัตย์ในการเสนอข้ออ้างของสินค้าของเขา ถ้าผู้บริโภคเกิดความพอใจเขาก็จะสร้างความซื้อสัตย์ต่อตราหือ ถ้าไม่พอใจก็อาจจะเลิกเป็นลูกค้าหรือทำการคืนสินค้า ดังนั้น จะเป็นการฉลาดถ้าบริษัทจะทำการวัดความพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจต่างๆ ของผู้ซื้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนได้แก่ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์

ความเป็นมาของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์เริ่มมีในประเทศไทยครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยชาวอังกฤษ ได้เข้ามาเปิดสาขาของธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ ขึ้นในประเทศไทยเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2431 ซึ่งเน้นการให้บริการในด้านการค้าระหว่างประเทศ จนกระทั่ง พระเจ้าน้องยาเธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย ทรงดำริให้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของประเทศไทย คือ บริษัทแบงก์สยามกัมมาจลทุน จำกัด เมื่อ 1 เมษายน พ.ศ. 2449 และได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ เมื่อ 27 มกราคม 2482 กิจการธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเริ่มในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในขณะที่การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศแถบยุโรปขยายตัวเพิ่มขึ้น จนทำให้นักธุรกิจชาวตะวันตกเข้ามาเปิดกิจการสาขาธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศคือ ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ของอังกฤษในปี พ.ศ. ๒๔๓๑ ธนาคารชาร์เตอร์ดของอังกฤษ ในปี พ.ศ. ๒๔๓๗ และธนาคารแห่งอินโดจีนของฝรั่งเศส ในปี พ.ศ. ๒๔๓๕ ทางด้านของไทยเองได้มีการจัดตั้งกิจการประกอบธุรกิจในลักษณะธนาคารพาณิชย์โดยให้ชื่อว่า บุคคลักย (Book Club) ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุน จำกัด (The Siam Commercial Bank Ltd.) ในปีพ.ศ. ๒๔๔๕ และเปลี่ยนเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ในปี พ.ศ. ๒๔๘๒

หลังจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารไทยแห่งแรกประสบความสำเร็จพอสมควรในการประกอบธุรกิจ ก็ได้มีธนาคารพาณิชย์ของไทยก่อตั้งเพิ่มขึ้นมาในระหว่างปี พ.ศ. ๒๔๗๖-๒๔๘๔ (ก่อนสงครามโลกครั้งที่ ๒) ซึ่งได้มีการเปลี่ยนชื่อและดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน ๔ แห่ง คือ ธนาคารนครธน จำกัด ๑ ธนาคารมหานคร จำกัด ๒ ธนาคารเอเชีย จำกัด ๑ และธนาคารนครหลวงไทย จำกัด ๔ แต่การดำเนินงานของธนาคารไทยยังไม่มีประสิทธิภาพและความก้าวหน้าเท่าเทียมกับสาขาธนาคารพาณิชย์ของต่างประเทศในประเทศไทย เนื่องจากขาดผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการบริหารงานธนาคาร บางธนาคารต้องจ้างชาวต่างประเทศมาเป็นผู้บริหาร

ในระหว่าง พ.ศ. ๒๔๘๔-๒๔๘๘ (ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ ๒) เป็นช่วงเวลาและโอกาสให้ธนาคารพาณิชย์ของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มที่ เนื่องจากสาขาธนาคารต่างประเทศในประเทศไทยหยุดกิจการชั่วคราว และรัฐบาลส่งเสริมให้คนไทยก่อตั้งธนาคารพาณิชย์เพิ่มมากขึ้น ธนาคารที่ตั้งขึ้นในระหว่างนี้คือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด ๕ ธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชยกรรม จำกัด ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด ๖ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด

หลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ ธนาคารพาณิชย์ของไทยเจริญเติบโตขึ้นจนแข่งขันกับสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในประเทศไทยได้ทั้งด้านการดำเนินงานและการบริหารงาน ประชาชนมีความเข้าใจในการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์มากขึ้น กิจการค้าและการเกษตรที่ต้องใช้บริการของธนาคารพาณิชย์มีมากขึ้นเป็นลำดับ เป็นสิ่งจูงใจให้ธนาคารพาณิชย์ที่มีอยู่ขยายงานออกไปยังส่วนภูมิภาค ขณะเดียวกันได้มีการตั้งธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นอีก ๖ ธนาคาร ตามชื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ ธนาคารไทยทูลุ จำกัด ธนาคารสหธนาคาร จำกัด ๗ ธนาคารศรีนคร จำกัด ธนาคารแหลมทอง จำกัด ธนาคารทหารไทยจำกัด และธนาคารสยาม จำกัด ๘

ธนาคารพาณิชย์ของไทยได้ขยายการประกอบการตามความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการเปิดสาขาเพิ่มมากขึ้นทั่วประเทศทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ตลอดจนต่างประเทศด้วย ขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศก็ได้เข้ามาเปิดสาขาประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย โดยส่วนใหญ่เปิดสำนักงานในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์ไทยที่ดำเนินงานอยู่ ๑๖ ธนาคาร และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่เปิดสาขาในประเทศไทย ๑๔ ธนาคารด้วยกัน

1. ธนาคารนครชน จำกัด เมื่อแรกตั้งชื่อ ธนาคารหวังหลีจัน ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นธนาคารหวังหลี จำกัด เมื่อ พ.ศ. ๒๕๑๕ และเปลี่ยนเป็นธนาคารนครชน จำกัด เมื่อเดือนเมษายน ๒๕๒๘
2. ธนาคารมหานคร จำกัด เมื่อแรกตั้งชื่อ บริษัทเบงกัดันเปงซุน จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นธนาคารไทยพัฒนา จำกัด เมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๓ และเปลี่ยนเป็นธนาคารมหานคร จำกัด เมื่อเดือนกรกฎาคม ๒๕๒๐
3. ธนาคารเอเชีย จำกัด ชื่อเดิมคือ ธนาคารแห่งเอเชียเพื่อการอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม จำกัด ได้เปลี่ยนเป็นธนาคารเอเชีย จำกัด เมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๑๕
4. ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด ชื่อเดิมคือ ธนาคารนครหลวง แห่งประเทศไทย จำกัด ได้เปลี่ยนเป็นชื่อในปัจจุบันเมื่อ พ.ศ. ๒๕๘๗
5. เป็นการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด เข้าด้วยกัน (ธนาคารมณฑล จำกัด เดิมชื่อบริษัท ธนาคารไทย จำกัด เปลี่ยนเป็นธนาคารมณฑลเมื่อ พ.ศ. ๒๕๘๘) แล้วใช้ชื่อว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด เมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๐๕
6. เปลี่ยนจากธนาคารแห่งกรุงศรีอยุธยา จำกัด เป็นธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด เมื่อเดือนเมษายน ๒๕๑๒
7. เมื่อแรกตั้งใช้ชื่อว่า สหธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด ต่อมาเมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๑๘ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น สหธนาคาร จำกัด และเป็นธนาคารสหธนาคาร จำกัด เมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๒๖

8. เมื่อเดือนธันวาคม ๒๕๒๗ ได้เปลี่ยนชื่อจาก ธนาคารเอเชียทรัสต์ จำกัด เป็น ธนาคารสยาม จำกัด

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันได้กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น การให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตั๋วเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้จะประกอบธุรกิจประเภทอื่นๆ อันเป็นประเพณีของธนาคารพาณิชย์ด้วยก็ได้ สำหรับธนาคารพาณิชย์ คือ ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ และหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ด้วย

หน้าที่ และบทบาทของธนาคารพาณิชย์

คราวนี้เราลองมาพิจารณาในเรื่องของหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์กันบ้างว่า ธนาคารพาณิชย์ที่เรารู้จักกันนั้นมีหน้าที่อย่างไร ซึ่งถ้าจะกล่าวในปัจจุบันแล้วนั้นธนาคารพาณิชย์ก็จัดได้ว่าเป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญยิ่งของประเทศ ทั้งนี้เพราะธนาคารพาณิชย์นั้นถูกจัดได้ว่าเป็นแหล่งเงินกู้รายใหญ่ที่สุดของประเทศ ทั้งนี้เราลองมาพิจารณาหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจก็คือการมีหน้าที่โดยตรงต่อปริมาณเงิน

หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อปริมาณเงิน มีพระราชบัญญัติของธนาคารพาณิชย์ได้กำหนดเอาไว้ในปี พ.ศ. 2505 และปี พ.ศ.2522 (ซึ่งเป็นฉบับปรับปรุง) โดยจะต้องมีหน้าที่หลักๆ ดังต่อไปนี้ (อ้างในรัตน สหายคดี: 139 – 141)

1. **หน้าที่ในการรับฝากเงิน** ธนาคารพาณิชย์มีหน้าที่ในการรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไป โดยที่ผู้ฝากสามารถที่จะเรียกเงินที่ฝากคืนได้ตามกำหนดระยะเวลาที่ได้ทำความตกลงกันไว้ ซึ่งเราสามารถที่จะแยกประเภทของเงินฝากได้ดังนี้ 1. เงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม 2. เงินฝากประเภทออมทรัพย์ และ 3. เงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อสิ้น

2. **หน้าที่ในการจ่ายเงิน** นอกจากธนาคารพาณิชย์จะมีหน้าที่ในการรับฝากเงินแล้วนั้น ยังมีหน้าที่ในการจ่ายเงิน ซึ่งหมายถึงหน้าที่ในการจ่ายเงินฝากคืนแก่ผู้ที่นำมาฝากมิได้รวมถึงการให้กู้ยืม ซึ่งตามปกติแล้วธนาคารจะต้องเตรียมเงินสดส่วนหนึ่งสำหรับลูกค้าที่นำเงินมาฝากสามารถถอนได้ โดยการดำรงเงินสดสำรองตามกฎหมาย ซึ่งอัตราจะเป็นเท่าใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับทางธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนด

3. **หน้าที่ในการให้กู้ และลงทุน** หน้าที่นี้เกิดจากการที่ธนาคารพาณิชย์ได้ระดมทุนเงินออมประเภทต่างๆ แล้วนำไปให้กู้ยืม หรือลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ โดยลักษณะการให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์นั้นสามารถที่จะแยกได้โดยทั่วๆ ไปได้อยู่ 3 ลักษณะคือ

3.1 การให้กู้โดยทำสัญญา (Loans) ก็คือ การให้กู้ยืมโดยทั่วไป เช่น การกู้ยืมเพื่อนำไปลงทุน หรือการบริโภคอุปโภค เป็นต้น ซึ่งผู้ที่กู้ยืมจะต้องผ่อนชำระเป็นรายเดือน หรือแล้วแต่ตามที่สัญญากำหนดเอาไว้

3.2 การเบิกเกินบัญชี (Over drafts) ลักษณะการเบิกเงินเกินบัญชีนี้เป็นการให้กู้ในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งทางธนาคารยอมให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าที่ต้องมีการหมุนเวียนเงินในบัญชี กระแสรายวันอยู่ตลอด แต่ว่าจะต้องอยู่ในวงเงินที่ลูกค้าได้กำหนดเอาไว้

3.3 การซื้อลดตั๋วเงิน (Discounting) ก็คือ การที่ผู้ที่ได้รับตั๋วเงินแต่ทว่ามีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินก่อนที่ตั๋วเงินจะครบกำหนด ดังนั้นจึงได้นำไปขายลดราคาแก่ธนาคารพาณิชย์ โดยที่ธนาคารพาณิชย์จะหักดอกเบี้ยออกจากเงินต้นก่อนตามอัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตั๋วเงินดังกล่าว ซึ่งอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารหักออกจากตั๋วเงินดังกล่าวเราเรียกว่า อัตราซื้อลด (Discount Rate)

4. หน้าที่ในการให้บริการทางการเงิน ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการทางการเงินทั้งใน และนอกประเทศ ซึ่งมีรูปแบบดังต่อไปนี้ 1. การโอนเงิน 2. การเรียกเก็บเงินตามตราสาร เช่น เช็ค คราฟต์ ตั๋วแลกเงิน 3. การรับรอง และการค้ำประกัน 4. การลงทุนในหลักทรัพย์ 5. ธุรกิจต่างประเทศ เช่น การโอนเงินระหว่างประเทศ หรือการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคล

ประเภทของสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. สินเชื่อแบบมีหลักประกัน (Secured Loan) คือ สินเชื่อที่ให้แก่นักธุรกิจ โดย มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อ

2. สินเชื่อแบบไม่ต้องมีหลักประกัน (Unsecured Loan) คือ สินเชื่อที่ให้แก่นักธุรกิจ ซึ่งมีได้ระบุดูวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการและไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยไม่มีทรัพย์สินใดๆ เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ เช่น สินเชื่อเงินสดและวงเงินเบิกเกินบัญชี โดยสินเชื่อแบบไม่มีหลักประกัน สามารถแบ่งออกเป็น

2.1 เงินกู้ตามระยะเวลา (Term Loans) เป็นสินเชื่อเงินก้อนหรือเงินเชื่อเงินสดที่ปล่อยให้ลูกค้าในคราวเดียว โดยมีการกำหนดระยะเวลาและจำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระที่แน่นอน ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละแห่งจะกำหนดระยะเวลาสูงสุดในการผ่อนชำระหนี้สินเชื่อ เช่น 3 ปี 5 ปี และระยะเวลาขั้นต่ำในการปิดบัญชีการจ่ายชำระสินค้าเชื่อดังกล่าวไว้ เช่น ห้ามปิดบัญชีก่อน 6 เดือน มิฉะนั้นต้องเสียค่าปรับ หรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมให้ เป็นต้น ทั้งนี้ เงินกู้ตามระยะเวลา ส่วนใหญ่จะถูกกำหนดเพื่อจุดประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง เพื่อความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การกู้เพื่อซ่อมแซมบ้าน การกู้เพื่อการศึกษา การกู้เพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 วงเงินเบิกเกินบัญชี (Overdrafts) เป็นวงเงินสินเชื่อเพื่อหมุนเวียน ที่ให้วงเงินแก่ลูกค้าในยามฉุกเฉิน เหมาะสำหรับการดำเนินธุรกิจหรือบุคคลที่ต้องการสำรองวงเงินสินเชื่อไว้ในยามจำเป็น โดยสามารถเบิกถอนเงินสดภายในวงเงินที่กำหนดได้ทันทีที่ต้องการผ่านตู้ ATM หรือเช็คเงินสด ซึ่งเงื่อนไขการจ่ายชำระคืนไม่ตายตัวเหมือนสินเชื่อประเภทแรก ทั้งนี้ ดอกเบี้ยของสินเชื่อประเภทนี้ส่วนใหญ่จะสูงกว่าสินเชื่อประเภทแรก จากสินเชื่อที่เพิ่มความสะดวกไม่ว่าผู้กู้จะนำเงินไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ในขณะที่วงเงินที่ได้จะน้อยกว่าสินเชื่อประเภทแรก เนื่องจากมีลักษณะที่เหมือนเป็นวงเงินเพิ่มเติมในการเสริมสภาพคล่องชั่วคราว อันเป็นการเพิ่มสิทธิความสามารถใช้วงเงินมากกว่าสินเชื่อประเภทแรกที่มีความจำเป็นมากกว่าและมีภาระผูกพันที่แน่นอนตั้งแต่เริ่มกู้

2.3 สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่สถาบันการเงินสร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยวงเงินสินเชื่อที่จะปล่อยให้นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการผ่อนชำระซึ่งธนาคารหรือบริษัทการเงินเป็นผู้วิเคราะห์โดยจะพิจารณาจากเงินเดือน อาชีพการงาน และประวัติเครดิตของผู้ถือเป็นหลัก บทความในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ (2546: 7)

ดังนั้น พอที่จะสรุปได้ว่าสินเชื่อส่วนบุคคลนั้นหมายถึง เงินกู้ยืมระยะสั้นที่ใช้ในการอุปโภคและบริโภคซึ่งจะมีลักษณะของการกู้ยืมเป็นเงินสดหรือกู้ยืมในลักษณะการซื้อสินค้าและบริการ โดยผู้ขอกู้จะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการขอกู้พร้อมกับมีรายได้ประจำที่สามารถผ่อนชำระคืนทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยเป็นรายเดือนได้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัครี มีศิริ (2545) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้ายานยนต์รายใหม่ สังกัดภาค 4 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะและสินเชื่อสวัสดิการ ด้านอัตราดอกเบี้ยจะขึ้นอยู่กับเพศและระดับการศึกษา กล่าวคือ เพศหญิงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าเพศชาย ส่วนขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะให้ความสำคัญทางขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ

สาโรจน์ วันมี (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้ายานยนต์รายใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้ายานยนต์รายใหม่ที่สุดคือ วงเงินกู้สินเชื่อ รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย และขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ การบริการ ภาวลักษณะของธนาคาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

กัลญา แซ่หนู (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยและปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย ที่พบจากการใช้บัตรเครดิตโดยทำการศึกษาจากพนักงานธนาคารและลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนอโศกดินแดง สำนักงานธุรกิจต่างประเทศปทุมวัน และพนักงานบริษัท โตโยต้า ฟูโซ (ไทยแลนด์) จำกัด สํารวจจากแบบสอบถามทั้งหมด 300 ฉบับ ได้รับกลับคืนจำนวน 300 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมัครสมาชิกบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย โดยการสมัครกับเจ้าหน้าที่ของธนาคารให้ความสำคัญกับการตัดสินใจสมัครสมาชิกบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย เพราะไม่คิดค่าธรรมเนียมรายปีส่วนใหญ่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย ในห้างสรรพสินค้าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-5,000 บาท ได้วงเงินสินเชื่อจากบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยอยู่ระหว่าง 20,000-40,000 บาท มีความเห็นว่าระยะเวลาการให้ชำระบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยเหมาะสมแล้ว พอใจกับการใช้บัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยเพราะสะดวก ไม่ต้องใช้เงินสดใน

การชำระสินค้า เห็นว่าบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยมีประโยชน์ในการเพิ่มความคล่องตัวและสะดวกสบายเมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการ เห็นว่าบัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยไม่มีประโยชน์เพราะทำให้ใช้จ่ายเกินตัว ส่วนปัญหาในการใช้บัตรเครดิตบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทยคือ เรื่องร้านค้าไม่รับบัตรเครดิต

พรพัฒน์ โสคติเสาวรภย์ (2549) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อหมุนเวียน ส่วนบุคคลของลูกค้ายกจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อหมุนเวียน ส่วนบุคคลของลูกค้านิติบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 305 ราย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนข้อมูลทั่วไปใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย มาตรฐานส่วนประเมิณค่า และสถิติไค-สแควร์ พบว่า ลูกค้านิติบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน ได้รับวงเงินสินเชื่อระหว่าง 10,000-20,000 บาท และยังใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินอื่นอีกด้วยควบคู่กัน 1 บัตร ซึ่งนิยมใช้สินเชื่อเรดคีย์เครดิตของธนาคารซีทีแบงก์ และมีสินเชื่อบัตรเครดิตอยู่ด้วย ลูกค้านิติบุคคลส่วนใหญ่ไม่เคยใช้สินเชื่อในระบบ และเมื่อใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลแล้วจะไม่กลับไปใช้สินเชื่อในระบบอีก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ โดยให้ความสำคัญของสถานที่ตั้งตู้ เอทีเอ็ม ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น ความเอาใจใส่ของพนักงาน ปัจจัยด้านราคา การไม่คิดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การมีของชำร่วยแจก ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเบิกเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง

อรรณพ เลือดกาญจนะ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลทั้ง วงเงินที่ได้รับอนุมัติระหว่าง 30,001-40,000 บาท และมีความคิดเห็นในการใช้สินเชื่อส่วนบุคคลเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาทางการเงิน และหากเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลจะไว้ใจยามฉุกเฉิน วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลส่วนใหญ่เพื่อใช้จ่ายส่วนตัว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย กลุ่มตัวอย่างให้

ความสำคัญกับเหตุผลดังต่อไปนี้ ถูกค่าส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเป็นที่น่าพอใจ วงเงินกู้ที่อนุมัติสูงกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ ระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว มีบริการสินเชื่อตรงกับความต้องการของท่าน ตามลำดับ

นวัฒน์ แหทอง (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตตลาดพร้าว ผลการศึกษาพบว่า เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพสมรส ระดับรายได้ 10,000-20,000 บาท/เดือน การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 2 คน สำหรับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สินเชื่อส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ปัจจัยสถานภาพสมรส

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลทั้งสิ้น



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้านาคารพาณิชย์ที่มาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ซึ่งถือบัตรกดเงินสด ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บุคคลผู้ที่มาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลบัตรกดเงินสด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร (p) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549: 28) โดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	=	ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษานี้กำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่น 95% เท่ากับ 1.96)
	p	=	สัดส่วนของจำนวนประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม
	q	=	1-p
	E	=	ระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดไว้ไม่เกิน 5%

สำหรับการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 80% หรือ 0.8 และต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% นั่นคือ ยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ดังนั้น จึงแทนค่าได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.8) (1-0.8)}{(0.05)^2}$$

$$= 245$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 245 คน เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 5 คน ดังนั้น ในการศึกษานี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 250 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกพื้นที่โดยการจับฉลากเลือกเขตพื้นที่การปกครองของกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขต จากเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต คิดเป็น 20% ของเขตการปกครอง โดยการจับฉลากเลือกเขตการปกครองได้ผล ดังนี้

- | | |
|------------|----------------|
| 1. บางซื่อ | 2. หลักสี่ |
| 3. สวนหลวง | 4. ดินแดง |
| 5. คลองสาน | 6. บางกอกใหญ่ |
| 7. บางกะปิ | 8. บางขุนเทียน |
| 9. ปทุมวัน | 10. บางเขน |

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตการปกครองที่ถูกเลือกให้มีจำนวนเท่ากัน ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนเขตการปกครองที่ถูกเลือก}} \\ &= \frac{250}{10} \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต = 25 ตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขตการปกครองที่ถูกเลือก คือ ใน 10 เขตการปกครอง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกตัวอย่างจากผู้ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดตามพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 จำนวน 250 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้การแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามลักษณะประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และแบบสอบถามที่มีคำถามแบบให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

- เพศ: ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- อายุ: ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน: ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ระดับการศึกษา: ระดับการวัดข้อมูล ประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- อาชีพ: ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- สถานภาพ: ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสอบถาม ข้อมูลปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ ลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับบัตรเครดิตเงินตราจำนวน 4 ข้อ โดยเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended question) ซึ่งลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่ เป็นการให้เลือกคำตอบตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการมากที่สุด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการลินเชื่อบุคคลของ ธนาคารพาณิชย์ โดยแยกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้การวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) โดยการให้คะแนนมีเกณฑ์ ดังนี้

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
4	หมายถึง	เห็นด้วย
5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายโดยอาศัยสูตรคำนวณช่องกว้างระหว่างชั้น (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2550: 23) ดังต่อไปนี้

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

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยตามระดับความคิดเห็นที่ส่งต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์

ค่าเฉลี่ยคะแนน	4.21 - 5.00	คือ	มีความคิดเห็น ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน	3.41 - 4.20	คือ	มีความคิดเห็น ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน	2.61 - 3.40	คือ	มีความคิดเห็น ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน	1.81 - 2.60	คือ	มีความคิดเห็น ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน	1.00 - 1.80	คือ	มีความคิดเห็น ระดับน้อยที่สุด

เมื่อได้แปลความหมายของคะแนนตามแบบสอบถามเสร็จแล้ว หลังจากนั้นจะทำการแปลงระดับค่าคะแนนให้เหลือเพียง 2 กลุ่ม เพื่อการคำนวณค่า Chi-Square โดยพิจารณาจากคะแนนของคำตอบโดยใช้เกณฑ์การคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ตามหลักการหาค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด, 2542: 82) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}} \\
 &= \frac{5 - 1}{2} \\
 &= 2.00
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเพื่อทดสอบ Chi-Square

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.01 – 5.00	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 3.00	หมายถึง	น้อย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูล ออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ดังนี้

- หนังสือทางวิชาการ งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ
- ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลบัตรเครดิตเงินสดของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อันประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) การทดสอบสถิติ Chi-Square (χ^2) ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ควบคู่กันไป โดยใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยวิธีทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยแบ่งเนื้อหาเป็น 4 ส่วน ซึ่งผู้ศึกษาได้ผลการดำเนินการวิจัยเพื่อตอบปัญหาดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ โดยจำแนกตามลักษณะข้อมูล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย ² ของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกล้นสำคัญทางสถิติ
χ^2	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในไค-สแควร์ (Chi-square)
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ โดยจำแนกตามลักษณะข้อมูล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับ กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	116	46.4
หญิง	134	53.6
รวม	250	100.0
2. อายุ		
อายุ 20 – 29 ปี	58	23.2
อายุ 30 – 39 ปี	123	49.2
อายุ 40 – 49 ปี	40	16.0
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	29	11.6
รวม	250	100.0
3. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	23	9.2
15,001 – 30,000 บาท	134	53.6
30,001 – 45,000 บาท	61	24.4
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	32	12.8
รวม	250	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	10.4
ปริญญาตรี	169	67.6
สูงกว่าปริญญาตรี	55	22.0
รวม	250	100.0
5. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	153	61.2
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	32	12.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	13.6
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ อื่นๆ	31	12.4
รวม	250	100.0
6. สถานภาพ		
โสด	137	54.8
สมรสอยู่ด้วยกัน	86	34.4
สมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน	15	6.0
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	12	4.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 250 คน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมา มีอายุ 20 – 29 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60

ด้านรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–30,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมา 30,001–45,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และมากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมา มีระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40

ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และข้าราชการ/พนักงานราชการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/อื่นๆ (ได้แก่ นักศึกษา) จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ด้านสถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา มีสถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 และสมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และหย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็นด้านผลิตภัณฑ์หลัก ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์หลัก		
1. สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100% โดยไม่ต้องเสียดำเนินการ ในการกด	64	25.6
2. ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก	86	34.4
3. มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	86	34.4
4. ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้	14	5.6
รวม	250	100.0
ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง		
1. ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว	53	21.2
2. ได้รับวงเงินสูงสุด	78	31.2
3. สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน	90	36.0
4. เมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสียดำเนินการ	29	11.6
รวม	250	100.0
ด้านผลิตภัณฑ์ควบ		
1. ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น	50	20.0
2. การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม. เช่น สอบถาม สิทธิ์ประโยชน์ แจ้งอายัดบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย	75	30.0
3. สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมาผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้	87	34.8
4. ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้วงเงินได้ตลอดไป	38	15.2
รวม	250	100.0
ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์		
1. ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันที และสะดวกสบายด้วยบริการเงินสด ทันทีโทรสั่งได้	65	26.0
2. ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอหรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร	87	34.8
3. ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล ดอกเบี้ยพิเศษอื่น โดยไม่ต้องใช้เอกสาร	64	25.6
4. นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรในระยะแรกที่สมัคร	34	13.6
รวม	250	250

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์หลัก ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์ควบ และด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด จำนวน 250 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์หลัก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประชากรผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์หลักคือ ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก และมีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาสามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100% โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประชากรผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังคือ สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาได้รับวงเงินสูงสุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และเมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสียค่าธรรมเนียม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประชากรผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ควบคือ สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมาผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาการติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม. เช่น สอบถามสิทธิ์ประโยชน์ แจ้งอายัดบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้วงเงินได้ตลอดไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประชากรผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คือ ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอหรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันที และสะดวกสบายด้วยบริการเงินสดทันทีโทรสั่งได้ จำนวน 65 คน

คิดเป็นร้อยละ 26.0 ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล ดอกเบี้ยพิเศษอื่น โดยไม่ต้องใช้เอกสาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และนำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการคิดใช้บัตรในระยะเวลาที่สมัครจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในภาพรวมของธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กระบวนการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการรับรู้ปัญหา	4.21	0.68	มากที่สุด
ด้านการค้นหาข้อมูล	3.99	0.74	มาก
ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.18	0.67	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.05	0.73	มาก
ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.04	0.73	มาก
รวม	4.09	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ปัญหามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ
บุคคลด้านการรับรู้ปัญหา

ด้านการรับรู้ปัญหา	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารช่วยให้ท่านมีเงินสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	4.25	0.69	มากที่สุด
2. ท่านต้องการความสะดวกสบายในการใช้บัตรเครดิตแทนเงินสด เมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการ	4.22	0.72	มากที่สุด
3. ท่านต้องการรับสิทธิประโยชน์จากบัตรเครดิตเงินสด/สินเชื่อวงเงินพร้อมใช้ เช่น ใช้ในการผ่อนชำระ หรือรับส่วนลดจากร้านค้า	4.16	0.82	มาก
รวม	4.21	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 แสดงด้านการรับรู้ปัญหาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร สามารถช่วยให้ท่านมีเงินสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ท่านต้องการความสะดวกสบายในการใช้บัตรเครดิตเงินสดออกมา เมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และท่านต้องการรับสิทธิประโยชน์จากบัตรเครดิตเงินสด/สินเชื่อวงเงินพร้อมใช้ เช่น ใช้ในการผ่อนชำระ หรือรับส่วนลดจากร้านค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ
บุคคลด้านขั้นตอนการค้นหาข้อมูล

ด้านขั้นตอนการค้นหาข้อมูล	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
4.ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา/โทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต	4.02	0.81	มาก
5.ท่านได้สอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน	3.93	0.93	มาก
6.ท่านทำการสอบถามข้อมูลจากพนักงานขาย/ฝ่ายขาย ของธนาคารนั้นๆ	4.02	0.83	มาก
รวม	3.99	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงด้านขั้นตอนการค้นหาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา/โทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต และท่านทำการสอบถามข้อมูลจากพนักงานขาย/ ฝ่ายขาย ของธนาคารนั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 4.02 ตามลำดับ รองลงมาคือ ท่านได้สอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลด้านขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก

ด้านขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
7.ท่านพิจารณาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.16	0.77	มาก
8.ท่านพิจารณาธนาคารที่ท่านจะเลือกใช้บริการว่ามีจุดรับชำระเงินที่สะดวกและเพียงพอต่อการใช้บริการ	4.23	0.74	มากที่สุด
9.รายการส่งเสริมการขายที่จะได้รับหลังจากสมัครใช้สินเชื่อ/บัตรเครดิตเงินสดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่าน	4.15	0.75	มาก
รวม	4.18	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.6 แสดงด้านขั้นตอนการประเมินผลทางเลือกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านพิจารณาธนาคารที่ท่านจะเลือกใช้บริการว่ามีจุดรับชำระเงินที่สะดวกและเพียงพอต่อการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ท่านพิจารณาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และรายการส่งเสริมการขายที่จะได้รับหลังจากสมัครใช้สินเชื่อ/บัตรเครดิตเงินสด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่าน โดย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ
บุคคลด้านขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ด้านขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
10. ท่านเลือกใช้บริการจากธนาคารที่ท่านไปใช้บริการได้อย่างสะดวก เช่น โกลด์แหล่งที่ทำงาน โกลด์บ้าน ในห้างสรรพสินค้า	4.20	0.77	มาก
11. ท่านใช้ความคิดเห็นจากครอบครัว เพื่อน ญาติ ช่วยในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์	3.94	0.92	มาก
12. พนักงานขายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารพาณิชย์ของท่าน	4.01	0.85	มาก
รวม	4.05	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.7 แสดงด้านขั้นตอนการตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
คิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี
ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านเลือกใช้บริการจากธนาคารที่ท่านไปใช้บริการได้อย่างสะดวก
เช่น โกลด์แหล่งที่ทำงาน โกลด์บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ พนักงานขายมีส่วนช่วยในการ
ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และท่านใช้
ความคิดเห็นจากครอบครัว เพื่อน ญาติ ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ
ธนาคารพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ
บุคคลด้านขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ด้านขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
13. ท่านมีความพึงพอใจต่อสินเชื่อบุคคลที่ท่านได้รับ	4.06	0.77	มากที่สุด
14. ในอนาคตหากท่านต้องการขอสินเชื่ออีกท่านจะกลับมาขอสินเชื่อ จากธนาคารเดิมอีกครั้ง	4.04	0.77	มาก
15. ท่านจะแนะนำเพื่อน หรือคนใกล้ชิดมาขอสินเชื่อจากธนาคารเดิม ที่ท่านใช้บริการ	4.02	0.79	มาก
รวม	4.04	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงด้านขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านมีความพึงพอใจต่อสินค้าบุคคลที่ท่านได้รับ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.06 รองลงมาคือ ในอนาคตหากท่านต้องการขอสินค้าอื่นอีกท่านจะกลับมาขอสินค้าจาก ธนาคารเดิมอีกครั้ง มีระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และท่านจะแนะนำเพื่อน หรือ คนใกล้ชิดมาขอสินค้าจากธนาคารเดิมที่ท่านใช้บริการมีระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผล ทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติไค-สแควร์ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05 สมมติฐานต่างๆ มีดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ บุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

เพศ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ ธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ ธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ ธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.9 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ
สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

เพศ	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
ชาย	11 9.5%	105 90.5%	116 46.4%
หญิง	11 8.2%	123 91.8%	134 53.6%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$\chi^2 = 0.126$ Asymp.Sig = 0.723

จากตารางที่ 4.9 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.126 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.723 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

เพศ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.10 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

เพศ	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
ชาย	14 12.1%	102 87.9%	116 46.4%
หญิง	20 14.9%	114 85.1%	134 53.6%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

$\chi^2 = 0.432$ Asymp.Sig = 0.511

จากตารางที่ 4.10 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.432 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.511 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.11 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

เพศ	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
ชาย	7 6.0%	109 94.0%	116 46.4%
หญิง	12 9.0%	122 91.0%	134 53.6%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

$$\chi^2 = 0.755 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.385$$

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.755 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.385 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.12 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

เพศ	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ชาย	17 14.7%	99 85.3%	116 46.4%
หญิง	18 13.4%	116 86.6%	134 53.6%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 0.077 \text{ Asymp.Sig} = 0.781$$

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.077 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.781 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.13 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

เพศ	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ชาย	19 16.4%	97 83.6%	116 46.4%
หญิง	23 17.2%	111 82.8%	134 53.6%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 0.027 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.869$$

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.027 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.869 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

อายุ	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
อายุ 20 – 29 ปี	6 10.3%	52 89.7%	58 23.2%
อายุ 30 – 39 ปี	14 11.4%	109 88.6%	123 49.2%
อายุ 40 – 49 ปี	2 5.0%	38 95.0%	40 16.0%
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	0	29 100.0%	29 11.6%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$\chi^2 = 4.712$ Asymp.Sig = 0.194

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.712 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.15 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ
 ลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

อายุ	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
อายุ 20 – 29 ปี	6 10.3%	52 89.7%	58 23.2%
อายุ 30 – 39 ปี	20 16.3%	103 83.7%	123 49.2%
อายุ 40 – 49 ปี	5 12.5%	35 87.5%	40 16.0%
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3 1.2%	26 69.0%	29 11.6%
รวม	5 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 1.566 \text{ Asymp.Sig} = 0.667$$

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.566 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.667 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการลินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.16 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

อายุ	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
อายุ 20 – 29 ปี	5 8.64%	53 91.4%	58 23.2%
อายุ 30 – 39 ปี	12 9.8%	111 90.2%	123 49.2%
อายุ 40 – 49 ปี	1 2.5%	39 97.5%	40 16.0%
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	1 3.4%	28 96.6%	29 11.6%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

$$\chi^2 = 3.094 \text{ Asymp.Sig} = 0.377$$

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 3.094 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.377 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

อายุ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการ
สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

อายุ	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
อายุ 20 – 29 ปี	6 10.3%	52 89.7%	58 23.2%
อายุ 30 – 39 ปี	21 17.1%	102 82.9%	123 49.2%
อายุ 40 – 49 ปี	6 15.0%	34 85.0%	40 16.0%
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	2 6.9%	27 93.1%	29 11.6%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 2.857 \text{ Asymp.Sig} = 0.414$$

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.857 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.414 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

อายุ	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
อายุ 20 – 29 ปี	10 17.2%	48 82.8%	58 23.2%
อายุ 30 – 39 ปี	28 22.8%	95 77.2%	123 49.2%
อายุ 40 – 49 ปี	2 5.0%	38 95.0%	40 16.0%
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	2 6.9%	27 93.1%	29 11.6%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 9.158 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.027$$

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 9.158 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

รายได้ต่อเดือน	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	2 8.7%	21 91.3%	23 9.2%
15,001 – 30,000 บาท	13 9.7%	121 90.3%	134 53.6%
30,001 – 45,000 บาท	5 8.2%	56 91.8%	61 24.4%
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	2 6.3%	30 93.8%	32 12.8%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$$\chi^2 = 0.423 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.935$$

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.423 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.935 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

รายได้ต่อเดือน	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3 13.0%	20 87.0%	23 9.2%
15,001 – 30,000 บาท	16 11.9%	118 88.1%	134 53.6%
30,001 – 45,000 บาท	9 14.8%	52 85.2%	61 24.4%
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	6 18.8%	26 81.3%	32 12.8%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 1.112 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.774$$

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.112 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.774 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

รายได้ต่อเดือน	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	1	22	23
	4.3%	95.7%	9.2%
15,001 – 30,000 บาท	12	122	134
	9.0%	91.0%	53.6%
30,001 – 45,000 บาท	5	56	61
	8.2%	91.8%	24.4%
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	1	31	32
	3.1%	96.9%	12.8%
รวม	19	231	250
	7.6%	92.4%	100%

$$\chi^2 = 1.640 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.650$$

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.640 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.650 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

รายได้ต่อเดือน	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	2 8.7%	21 91.3%	23 9.2%
15,001 – 30,000 บาท	21 15.7%	113 84.3%	134 53.6%
30,001 – 45,000 บาท	5 8.2%	56 91.8%	61 24.4%
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	7 21.9%	25 78.3%	32 12.8%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 4.203 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.240$$

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.203 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.240 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

รายได้ต่อเดือน	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	5 21.7%	18 78.3%	23 9.2%
15,001 – 30,000 บาท	26 19.4%	108 80.6%	134 53.6%
30,001 – 45,000 บาท	6 9.8%	55 90.2%	61 24.4%
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	5 15.6%	27 84.4%	32 12.8%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 3.199 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.362$$

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 3.199 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.362 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ระดับการศึกษา	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4 15.4%	22 84.6%	26 10.4%
ปริญญาตรี	14 8.3%	155 91.7%	169 67.6%
สูงกว่าปริญญาตรี	4 7.3%	51 92.7%	55 22.0%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$$\chi^2 = 1.621 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.445$$

ตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.621 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.445 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ระดับการศึกษา	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3 11.5%	23 88.5%	26 10.4%
ปริญญาตรี	21 12.4%	148 87.6%	169 67.6%
สูงกว่าปริญญาตรี	10 18.2%	45 81.8%	55 22.0%
รวม	3 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 1.275 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.529$$

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.275 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.529 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ระดับการศึกษา	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1 3.8%	25 96.2%	26 10.4%
ปริญญาตรี	13 7.7%	156 92.3%	169 67.6%
สูงกว่าปริญญาตรี	5 9.1%	50 90.9%	55 22.0%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

$$\chi^2 = 0.698 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.705$$

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.698 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.705 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ระดับการศึกษา	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3 11.5%	23 88.5%	26 10.4%
ปริญญาตรี	23 13.6%	146 86.4%	169 67.6%
สูงกว่าปริญญาตรี	9 16.4%	46 83.6%	55 22.0%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 0.407 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.816$$

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.407 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.816 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ระดับการศึกษา	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8 30.8%	18 69.2%	26 10.4%
ปริญญาตรี	28 16.6%	141 83.4%	169 67.6%
สูงกว่าปริญญาตรี	6 10.9%	49 89.1%	55 22.0%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 5.002 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.082$$

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 5.002 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

อาชีพ	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
พนักงานบริษัทเอกชน	17	136	153
	11.1%	88.9%	61.2%
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	2	30	32
	6.3%	93.8%	12.8%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	32	34
	5.9%	94.1%	13.6%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	1	30	31
	3.4%	96.6%	12.4%
รวม	22	228	250
	8.8%	91.2%	100%

$$\chi^2 = 2.838 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.417$$

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.838 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.417 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

อาชีพ	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
พนักงาน บริษัทเอกชน	23 15.0%	130 85.0%	153 61.2%
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	6 18.8%	26 81.3%	32 12.8%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 2.9%	33 97.1%	34 13.6%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	4 12.9%	27 87.1%	31 12.4%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 4.290 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.232$$

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.290 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.232 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

อาชีพ	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
พนักงานบริษัทเอกชน	16 10.5%	137 89.5%	153 61.2%
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	1 3.1%	31 96.9%	32 12.8%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	34 100.0%	34 13.6%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	2 6.5%	29 93.5%	31 12.4%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

$$\chi^2 = 5.546 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.136$$

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 5.546 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.136 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

อาชีพ	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
พนักงาน บริษัทเอกชน	26 17.0%	127 83.0%	153 61.2%
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	5 15.6%	27 84.4%	32 12.8%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2 5.9%	32 94.1%	34 13.6%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	2 6.5%	29 93.5%	31 12.4%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 4.537 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.209$$

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.537 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.209 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

อาชีพ	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
พนักงาน บริษัทเอกชน	28 18.3%	125 81.7%	153 61.2%
ข้าราชการ / พนักงานราชการ	8 25.0%	24 75.0%	32 12.8%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3 8.8%	31 91.2%	34 13.6%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ/อื่นๆ	3 9.7%	28 90.3%	31 12.4%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 4.459 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.216$$

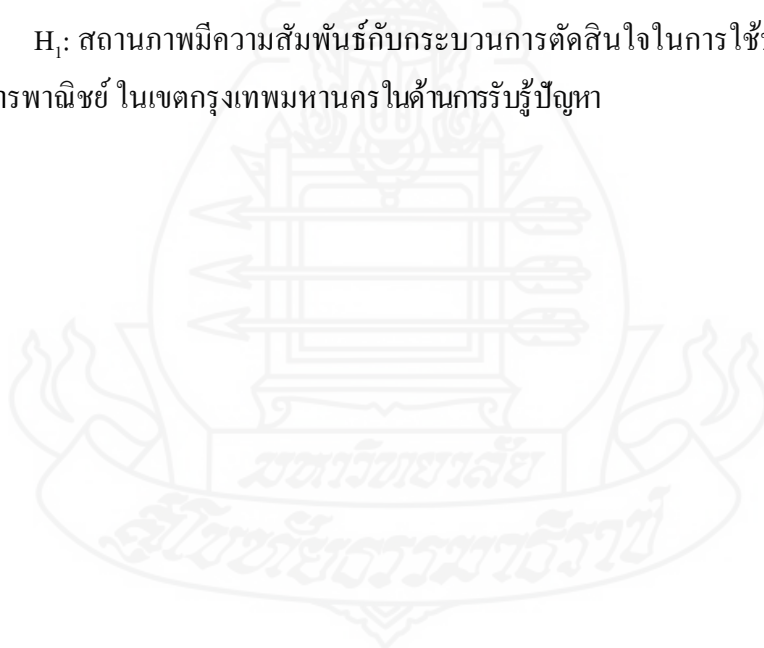
จากตารางที่ 4.33 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 4.459 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.216 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 1.6 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา



ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

สถานภาพ	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
โสด	15 10.9%	122 89.1%	137 54.8%
สมรสอยู่ด้วยกัน	7 8.1%	79 91.9%	86 34.4%
สมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน	0	15 100.0%	15 6.0%
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	0	12 100.0%	12 4.8%
รวม	2 8.8%	228 91.2%	250 100%

$\chi^2 = 3.440$ Asymp.Sig = 0.329

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 3.440 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.329 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

สถานภาพ	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
โสด	19 13.9%	118 86.1%	137 54.8%
สมรสอยู่ด้วยกัน	13 15.1%	73 84.9%	86 34.4%
สมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน	1 6.7%	14 93.3%	15 6.0%
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	1 8.3%	11 91.7%	12 4.8%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 1.074 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.783$$

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.074 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.783 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

สถานภาพ	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
โสด	13 9.5%	124 90.5%	137 54.8%
สมรสอยู่ด้วยกัน	5 5.8%	81 94.2%	86 34.4%
สมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน	1 6.7%	14 93.3%	15 6.0%
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	0	12 100.0%	12 4.8%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

$\chi^2 = 2.092$ Asymp.Sig = 0.553

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.092 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.553 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.37 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้
บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

สถานภาพ	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
โสด	22 16.1%	115 83.9%	137 54.8%
สมรสอยู่ด้วยกัน	11 12.8%	75 87.2%	86 34.4%
สมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน	2 13.3%	13 86.7%	15 6.0%
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	0	12 100.0%	12 4.8%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 2.546 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.467$$

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.546 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.467 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : สถานภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.38 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สถานภาพ	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
โสด	24 17.5%	113 82.5%	137 54.8%
สมรสอยู่ด้วยกัน	14 16.3%	72 83.7%	86 34.4%
สมรสไม่ได้อยู่ด้วยกัน	2 13.3%	13 86.7%	15 6.0%
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	2 16.7%	10 83.3%	12 4.8%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 0.196 \text{ Asymp.Sig} = 0.978$$

จากตารางที่ 4.38 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.196 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.978 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็นสมมติฐานใหญ่ 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลลัพธ์หลัก ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : ผลลัพธ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

H_1 : ผลลัพธ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.39 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์หลัก	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100% โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด	8 12.5%	56 87.5%	64 25.6%
ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก	5 5.8%	81 94.2%	86 34.4%
มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้จ่ายฉุกเฉิน	7 8.1%	79 91.9%	86 34.4%
ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้	2 14.3%	12 85.7%	14 5.6%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$$\chi^2 = 2.619 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.454$$

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.619 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.454 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา

ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.40 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์หลัก	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100%	6	58	64
โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด	9.4%	90.6%	25.6%
ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก	15	71	86
	17.4%	82.6%	34.4%
มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	11	75	86
	12.8%	87.2%	34.4%
ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้	2	12	14
	14.3%	85.7%	5.6%
รวม	34	216	250
	13.6%	86.4%	100%

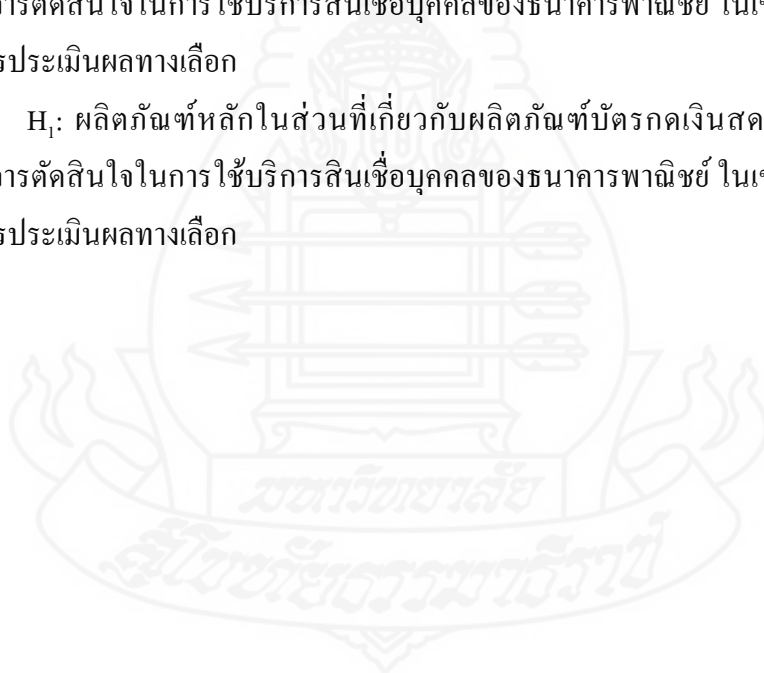
$$\chi^2 = 2.106 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.551$$

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.106 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.551 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก



ตารางที่ 4.41 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์หลัก	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100%	5	59	64
โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด	7.8%	%	25.6%
ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสด	6	80	86
จำนวนมาก	7.0%	93.0%	34.4%
มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	7	79	86
	8.1%	91.9%	34.4%
ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้	1	13	14
	7.1%	92.9%	5.6%
รวม	19	231	250
	7.6%	92.4%	100%

$$\chi^2 = 0.092 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.993$$

จากตารางที่ 4.41 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่าค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.092 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.993 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์หลัก	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100%	9	54	64
โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด	14.1%	85.9%	25.6%
ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก	14	72	86
	16.3%	83.7%	34.4%
มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	12	74	86
	14.0%	86.0%	34.4%
ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้	0	14	14
		100.0%	5.6%
รวม	35	215	250
	14.0%	86.0%	100%

$$\chi^2 = 2.650 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.449$$

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อ โดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.650 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.449 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H₀: ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H₁: ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.43 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์หลัก	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100%	11	53	64
โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด	17.2%	82.8%	25.6%
ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก	15	71	86
	17.4%	82.6%	34.4%
มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	15	71	86
	17.4%	82.6%	34.4%
ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้	1	13	14
	7.1%	92.9%	5.6%
รวม	42	208	250
	16.8%	83.2%	100%

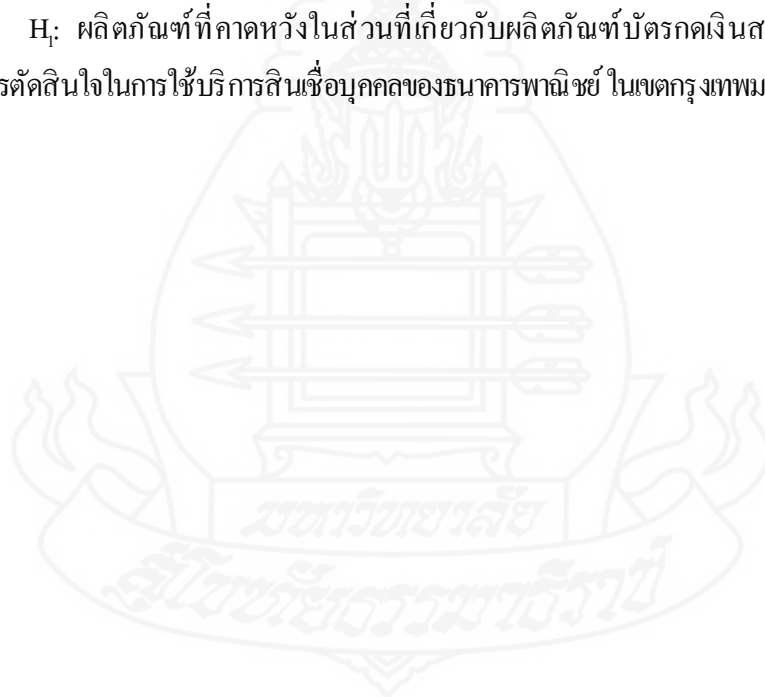
$$\chi^2 = 0.992 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.803$$

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.992 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.803 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์หลักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

H_1 : ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา



ตารางที่ 4.44 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว	4 7.5%	49 92.5%	53 21.2%
ได้รับวงเงินสูงสุด	6 7.7%	72 92.3%	78 31.2%
สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือ บุคคลค้ำประกัน	8 8.9%	82 91.1%	90 36.0%
เมื่อท่านนำไปใช้เงินสดจะไม่เสียค่าธรรมเนียม	4 13.8%	25 86.2%	29 11.6%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$$\chi^2 = 1.125 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.771$$

จากตารางที่ 4.44 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.125 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.771 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : ผลลัพธ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลลัพธ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : ผลลัพธ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลลัพธ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.45 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลลัพธ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว	7 13.2%	46 86.8%	53 21.2%
ได้รับวงเงินสูงสุด	11 14.1%	67 85.9%	78 31.2%
สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือ บุคคลค้ำประกัน	8 8.9%	82 91.1%	90 36.0%
เมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสียค่าธรรมเนียม	8 27.6%	21 72.4%	29 11.6%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 6.551 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.088$$

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลลัพธ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 6.551 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.088 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลลัพธ์บัตร

กคเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H₀: ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H₁: ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.46 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรไปอย่างรวดเร็ว	6 11.3%	47 88.7%	53 21.2%
ได้รับวงเงินสูงสุด	4 5.1%	74 94.9%	78 31.2%
สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมี หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน	5 5.6%	85 94.4%	90 36.0%
เมื่อท่านนำไปใช้กคเงินสดจะไม่เสีย	4 13.8%	25 86.2%	29 11.6%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

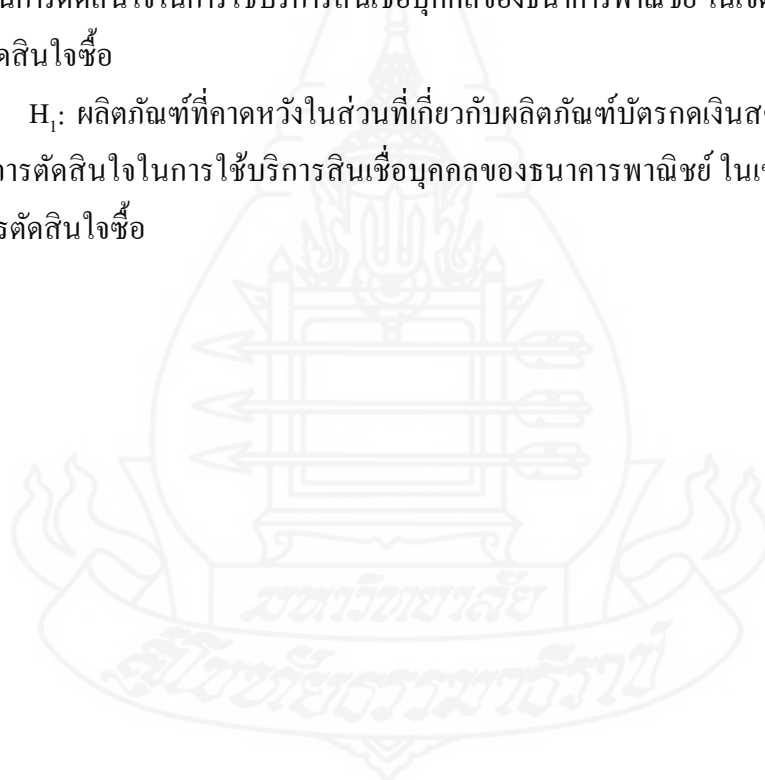
$$\chi^2 = 3.843 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.279$$

จากตารางที่ 4.46 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตเงินสดที่คาดหวังกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 3.843 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.279 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ



ตารางที่ 4.47 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว	10 18.9%	43 81.1%	53 21.2%
ได้รับวงเงินสูงสุด	10 12.8%	68 87.2%	78 31.2%
สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมี หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน	8 8.9%	82 91.1%	90 36.0%
เมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสีย	7 24.1%	22 75.9%	29 11.6%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 5.562 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.135$$

จากตารางที่ 4.47 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 5.562 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าที่ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.48 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว	11 20.8%	42 79.2%	53 21.2%
ได้รับวงเงินสูงสุด	12 15.4%	66 84.6%	78 31.2%
สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมี หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน	13 14.4%	77 85.6%	90 36.0%
เมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสีย	6 20.7%	33 79.3%	29 11.6%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 1.376 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.711$$

จากตารางที่ 4.48 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ

ธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.376 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.711 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์ที่คาดหวังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในการรับรู้ปัญหา

H_0 : ผลลัพธ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในการรับรู้ปัญหา

H_1 : ผลลัพธ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.49 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในการรับรู้ปัญหา

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ควบ	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น	8 16.0%	42 84.0%	50 20%
การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม เช่น สอบถาม สิทธิ์ประโยชน์ แจ้าง่ายครบถ้วน บัตรสูญหาย ถูกขโมย	6 8.0%	69 92.0%	75 30.0%
สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมา ผ่อนชำระเป็นงวดๆได้	7 8.0%	80 92.0%	87 34.8%
ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้วงเงินได้ตลอดไป	1 2.6%	37 97.4%	38 15.2%
รวม	22 8.8%	228 91.2%	250 100%

$$\chi^2 = 5.153 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.161$$

จากตารางที่ 4.49 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 ค่าเท่ากับ 5.153 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.161 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา

ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.50 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ควบ	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการคใช้เงินสดเท่านั้น	14 28.0%	36 72.0%	50 20%
การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม เช่น สอบถาม สิทธิ์ประโยชน์ แจ่งอายุบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย	7 9.3%	68 90.7%	75 30.0%
สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมา ผ่อนชำระเป็นงวดๆได้	10 11.5%	77 88.5%	87 34.8%
ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้จ่ายเงินได้ตลอดไป	3 7.9%	35 92.1%	38 15.2%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

$$\chi^2 = 11.366 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.010$$

จากตารางที่ 4.50 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่าค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 11.366 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ควบ	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น	6 12.0%	44 88.0%	50 20%
การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม. เช่น สอบถาม สิทธิ์ประโยชน์ แจ่งอายุบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย	5 6.7%	70 93.3%	75 30.0%
สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมาผ่อนชำระ เป็นงวดๆได้	7 8.0%	80 92.0%	87 34.8%
ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้วงเงินได้ตลอดไป	1 2.6%	37 97.4%	38 15.2%
รวม	19 7.6%	231 92.4%	250 100%

$$\chi^2 = 2.832 \quad \text{Asymp.Sig.} = 0.418$$

จากตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ควมในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสดระหว่างผลิตภัณฑ์ควมกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่าค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 2.832 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.418 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลิตภัณฑ์ควมในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการประเมินผลทางเลือก

ผลิตภัณฑ์ควมในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : ผลิตภัณฑ์ควมในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : ผลิตภัณฑ์ควมในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.52 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควมในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสดในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ควม	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้ เงินสดเท่านั้น	13 26.0%	37 74.0%	50 20%
การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม เช่น สอบถาม สิทธิประโยชน์ แจ้งอายุบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย	7 9.3%	68 90.7%	75 30.0%
สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมา ผ่อนชำระเป็นงวดๆได้	11 12.6%	76 87.4%	87 34.8%
ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้วงเงินได้ตลอดไป	4 10.5%	34 89.5%	38 15.2%
รวม	35 14.0%	215 86.0%	250 100%

$$\chi^2 = 7.850 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.049$$

จากตารางที่ 4.52 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อ โดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 7.850 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าที่ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ



ตารางที่ 4.53 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ควบ	ด้านการพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น	15 30.0%	25 70.0%	50 20%
การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม เช่น สอบถาม สิทธิ์ประโยชน์ แจ้งอายุบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย	10 13.3%	65 86.7%	75 30.0%
สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมา ผ่อนชำระเป็นงวดๆได้	15 17.2%	72 82.8%	87 34.8%
ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้จ่ายเงินได้ตลอดไป	2 5.3%	36 94.7%	38 15.2%
รวม	42 16.8%	208 83.2%	250 100%

$$\chi^2 = 10.508 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.015$$

จากตารางที่ 4.53 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 10.508 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ควบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการรับรู้ปัญหา

H_0 : ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

H_1 : ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ตารางที่ 4.54 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	ด้านการรับรู้ปัญหา		
	น้อย	มาก	รวม
ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันใจ และสะดวกสบาย	8	57	65
ด้วยบริการเงินสดทันใจโทรสั่งได้	12.3%	87.7%	26.0%
ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอ	6	81	87
หรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร	6.9%	93.1%	34.8%
ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลดอกเบี้ยพิเศษอื่น	6	58	64
โดยไม่ต้องใช้เอกสาร	9.4%	90.6%	25.6%
นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรในระยะแรก	2	32	34
ที่สมัคร	5.9%	94.1%	13.6%
รวม	22	228	250
	8.8%	91.2%	100%

$$\chi^2 = 1.776 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.620$$

จากตารางที่ 4.54 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการรับรู้ปัญหาโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ

1.776 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.620 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา

ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการค้นหาข้อมูล

H_0 : ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

H_1 : ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.55 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	ด้านการค้นหาข้อมูล		
	น้อย	มาก	รวม
ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันที และ สะดวกสบายด้วยบริการเงินสดทันทีโทรสั่งได้	9 13.8%	56 86.2%	65 26.0%
ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอ หรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร	11 12.6%	76 87.4%	87 34.8%
ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล ดอกเบี้ยพิเศษอื่นโดยไม่ต้องใช้เอกสาร	11 17.2%	53 82.8%	64 25.6%
นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรในระยะแรก ที่สมัคร	3 8.8%	31 91.2%	34 13.6%
รวม	34 13.6%	216 86.4%	250 100%

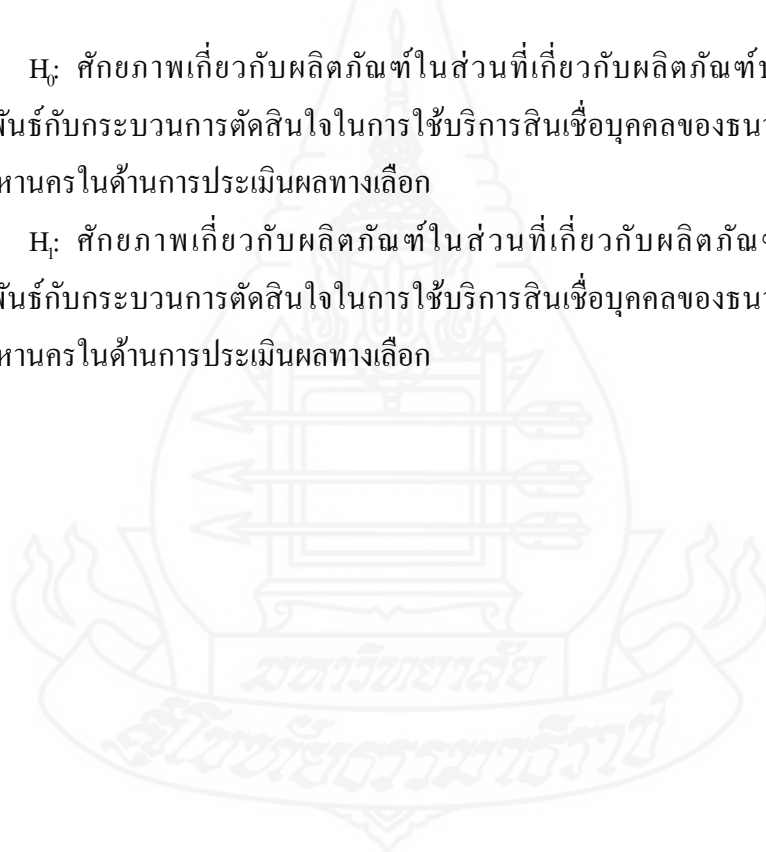
$$\chi^2 = 1.432 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.698$$

จากตารางที่ 4.55 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศัภยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการค้นหาข้อมูลโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 1.432 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.698 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าศัภยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล

ศัภยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_0 : ศัภยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

H_1 : ศัภยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก



ตารางที่ 4.56 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	ด้านการประเมินผลทางเลือก		
	น้อย	มาก	รวม
ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันที และสะดวกสบาย	7	58	65
ด้วยบริการเงินสดทันทีโทรสั่งได้	10.8%	89.2%	26.0%
ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอ	4	83	87
หรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร	4.6%	95.4%	34.8%
ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลดอกเบี้ยพิเศษ	8	56	64
อื่น โดยไม่ต้องใช้เอกสาร	12.5%	87.5%	25.6%
นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรใน ระยะแรกที่สมัคร	0	34	34
		100.0%	13.6%
รวม	19	231	250
	7.6%	92.4%	100%

$$\chi^2 = 7.031 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.071$$

จากตารางที่ 4.56 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 7.031 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการประเมินผลทางเลือก

ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_0 : ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

H_1 : ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 4.57 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	ด้านการตัดสินใจซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันใจ และสะดวกสบาย	11	54	65
ด้วยบริการเงินสดทันใจโทรสั่งได้	16.9%	83.1%	26.0%
ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอ	9	78	87
หรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร	10.3%	89.7%	34.8%
ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลดอกเบี้ยพิเศษอื่น	11	53	64
โดยไม่ต้องใช้เอกสาร	17.2%	82.8%	25.6%
นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรใน	4	30	34
ระยะแรกที่สมัคร	11.8%	88.2%	13.6%
รวม	35	215	250
	14.0%	86.0%	100%

$$\chi^2 = 2.108 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.550$$

จากตารางที่ 4.57 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านการตัดสินใจซื้อโดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ

2.108 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.550 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าที่ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการตัดสินใจซื้อ

ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_0 : ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

H_1 : ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตารางที่ 4.58 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของ ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	ด้านการพฤติกรรมภายหลังการซื้อ		
	น้อย	มาก	รวม
ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันที และสะดวกสบาย	13	52	65
ด้วยบริการเงินสดทันทีโทรสั่งได้	20.0%	80.0%	26.0%
ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอ หรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร	15	72	87
17.2%	82.8%	34.8%	
ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลดอกเบี้ยพิเศษอื่น โดยไม่ต้องใช้เอกสาร	9	55	64
14.1%	85.9%	25.6%	
นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรในระยะแรก ที่สมัคร	5	29	34
14.7%	85.3%	13.6%	
รวม	42	208	250
	16.8%	83.2%	100%

$$\chi^2 = 0.938 \quad \text{Asymp.Sig} = 0.816$$

จากตารางที่ 4.58 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยใช้สถิติ Chi-square ทดสอบพบว่า ค่า χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.938 และค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.816 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบ สมมติฐานลักษณะ ประชากรศาสตร์	กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารพาณิชย์				ด้าน พฤติกรรม ภายหลัง การซื้อ
	ด้านการรับรู้ ปัญหา	ด้านการค้นหา ข้อมูล	ด้านการ ประเมินผล ทางเลือก	ด้านการ ตัดสินใจซื้อ	
เพศ	X	X	X	X	X
อายุ	X	X	X	X	✓
รายได้ต่อเดือน	X	X	X	X	X
ระดับการศึกษา	X	X	X	X	X
อาชีพ	X	X	X	X	X
สถานภาพ	X	X	X	X	X

หมายเหตุ

- เครื่องหมาย ✓ หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
- เครื่องหมาย X หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

จากตารางที่ 4.59 จะเห็นได้ว่าผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้นอายุกับพฤติกรรมภายหลังการซื้อจะมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.60 สรุปผลการทดสอบผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดสมมติฐานปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวกับมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้าน องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ส่วนที่ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต	กระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารพาณิชย์				
	ด้านการ รับรู้ ปัญหา	ด้านการ ค้นหา ข้อมูล	ด้านการ ประเมินผล ทางเลือก	ด้านการ ตัดสินใจ ซื้อ	ด้าน พฤติกรรม ภายหลัง การซื้อ
ด้านผลิตภัณฑ์หลัก	X	X	X	X	X
ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	X	X	X	X	X
ด้านผลิตภัณฑ์ควบ	X	✓	X	✓	✓
ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	X	X	X	X	X

จากตารางที่ 4.60 จะเห็นได้ว่าผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ควบที่มีความสัมพันธ์กับขั้นการค้นหาข้อมูล การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาสามารถนำเสนอได้ ดังนี้

1. สรุปการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปการศึกษา

1. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ลูกค้านิติบุคคลที่เข้ามาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล (ไม่มีหลักประกัน) ซึ่งถือบัตรเครดิตเงินสด ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ บุคคลผู้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลบัตรเครดิตเงินสด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากร (p) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วาณิชบัญชา, 2549: 28)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกพื้นที่โดยการจับฉลากเลือกเขตพื้นที่การปกครองของกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขต จากเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต คิดเป็น 20% ของเขตการปกครอง โดยการจับฉลากเลือกเขตการปกครอง

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตการปกครองคือ 10 เขตการปกครอง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกตัวอย่างจากผู้ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดตามพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 จำนวน 250 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้การแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามลักษณะประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และแบบสอบถามที่มีคำถามแบบให้เลือกตอบจำนวน 6

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับบัตรเครดิตเงินสดรวมจำนวน 4 ข้อ โดยเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended question) ซึ่งลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้เลือกคำตอบตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการมากที่สุด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ โดยแยกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อจำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้การวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูล ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน และ 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลบัตรกดเงินสดของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อันประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) การทดสอบสถิติ Chi-Square (χ^2) ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

6. ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

6.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน พบว่า

ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30–39 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมาคืออายุ 20–29 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และอายุ 40–49 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ อายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60

ด้านรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–30,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมา 30,001–45,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และมากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมามีระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40

ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และข้าราชการ / พนักงานราชการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ/อื่นๆ ได้แก่ นักศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ด้านสถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมามีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และมีสถานภาพหย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

6.2 ข้อมูลปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็นด้านผลิตภัณฑ์หลัก ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเฉพาะบัตรเครดิตเงินสด จำนวน 250 คน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก และมีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาสามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100% โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาได้รับวงเงินสูงสุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และเมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสียค่าธรรมเนียมจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมาผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาการติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม. เช่น สอบถามสิทธิ์ประโยชน์ แจ้าง่ายฉบับตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้จ่ายเงินได้ตลอดไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอหรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันใจ และสะดวกสบายด้วยบริการเงินสดทันใจโทรสั่งได้ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล ดอกเบี้ยพิเศษอื่น โดยไม่ต้องใช้เอกสาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และนำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรในระยะแรกที่สมัคร จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

6.3 ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ โดยในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ปัญหามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ จำแนกตามด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการรับรู้ปัญหา พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร สามารถช่วยให้ท่านมีเงินสำรองไว้ใช้จ่ายฉุกเฉิน และท่านต้องการความสะดวกสบายในการใช้บัตรเครดิตแทนเงินสด เมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25, 4.22 ตามลำดับ

ด้านขั้นตอนการค้นหาข้อมูล พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา/โทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต และท่านทำการสอบถามข้อมูลจากพนักงานขาย/ฝ่ายขาย ของธนาคารนั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 4.02 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ท่านได้สอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ด้านขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ท่านพิจารณารายการที่ท่านจะเลือกใช้บริการว่ามีจุดรับชำระเงินที่สะดวกและเพียงพอต่อการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ท่านพิจารณาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ และรายการส่งเสริมการขายที่จะได้รับหลังจากสมัครใช้สินเชื่อ/บัตรเครดิตเงินสด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16, 4.15 ตามลำดับ

ด้านขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ท่านเลือกใช้บริการจากธนาคารที่ท่านไปใช้บริการได้อย่างสะดวก เช่น โกลด์แหล่งที่ทำงาน โกลด์บ้าน รองลงมาคือ พนักงานขายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ของท่าน และท่านใช้ความคิดเห็นจากครอบครัว เพื่อนญาติ ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.0, 3.94 ตามลำดับ

ด้านขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ท่านมีความพึงพอใจต่อสินเชื่อส่วนบุคคลที่ท่านได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ในอนาคตหากท่านต้องการขอสินเชื่ออีกท่านจะกลับมาขอสินเชื่อจากธนาคารเดิมอีกครั้ง และท่านจะแนะนำเพื่อน หรือคนใกล้ชิดมาขอสินเชื่อจากธนาคารเดิมที่ท่านใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 4.02 ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิจัย ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่มี ความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการประเมินผลทางเลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ พบว่า

เพศ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งมองได้ว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันไม่ได้มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภค อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสังคม หรือเศรษฐกิจมากกว่า

อายุ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูลด้านการประเมินผลทางเลือกด้านการตัดสินใจซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่าผู้บริโภครุ่นที่มีอายุระหว่างส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสูง ซึ่งเป็นวัยทำงานที่มีรายได้สูงและมีพฤติกรรมการใช้จ่ายอยู่นอกบ้านและเป็นวัยแห่งการเริ่มสร้างครอบครัว จึงมีการใช้จ่ายสินเชื่อส่วนบุคคลมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนวรรตน์ แหทอง (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตลาดพร้าว พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพสมรส ระดับรายได้ 10,000-20,000 บาท/เดือน การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 2 คน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคล

2. ปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์หลัก ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด เนื่องจากผู้บริโภครับรู้และสัมผัสได้ง่าย สอดคล้องกับทฤษฎีของ (Kotler, 2003) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หลัก คือระดับพื้นฐานหรือผลประโยชน์ที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ และเป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ในการใช้หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ (2543: 15-25) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตเสนอขายให้กับผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นเรื่องของประโยชน์ใช้สอยการแก้ปัญหาให้ลูกค้า และงานวิจัยของสาโรจน์ วันมี (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์มากที่สุดคือ วงเงินกู้สินเชื่อ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ที่ลูกค้ารับรู้และสัมผัสได้

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่ให้ความเห็นในหัวข้อ ได้รับวงเงินสูงสุดตามที่ธนาคารสามารถให้ได้ และสามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน เนื่องจากการแข่งขันในตลาดทุกวันนี้มีมากทั้งธนาคารพาณิชย์ และ Non-Bank และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรรถพล เลือดกาญจนะ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้ำส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเป็นที่น่าพอใจ วงเงินกู้ที่อนุมัติสูงกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ ดังนั้น ผู้ให้บริการควรจะศึกษาภาวะตลาดและปรับเงื่อนไขให้เหมาะสมกับลูกค้ำของตนเอง

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ควบซึ่งถือว่าเป็นตัวเสริมในด้านของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ลูกค้ำส่วนใหญ่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการนำยอดที่กดเงินสดมาผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้ และได้ลดอัตราดอกเบี้ยในปีถัดไป เมื่อผ่อนชำระตรงเวลา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคสนใจในส่วนของการนำเสนอบริการส่วนเพิ่มของผู้ให้บริการ ในการอำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อการใช้บริการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler Philip (1972: 92) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้ำ ดังนั้นถ้าสินค้าหรือบริการมีคุณสมบัติที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการของลูกค้ำมากเท่าไร ผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบรับมากขึ้นเท่านั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรรถพล เลือดกาญจนะ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้ำส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเป็นที่น่าพอใจ วงเงินกู้ที่อนุมัติสูงกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ

ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อศึกษาลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเห็นในข้อ ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอหรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร และให้วงเงินสินเชื่อใหม่ หรือเพิ่มวงเงินสินเชื่อ แม้ยังผ่อนชำระคืนไม่ครบตามกำหนด ซึ่งศักยภาพผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เมื่อมีการพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค หลากหลายกลุ่ม หลากหลายความต้องการได้ กระบวนการตัดสินใจซื้อและพิจารณาก็ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ (Kotler, 2003) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มคุณค่าต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นต่อไปในอนาคต เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพัฒน์ โสทธิเสาวรภัย (2549) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อหมุนเวียน ส่วนบุคคลของลูกค้าจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน

ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งนี้

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์หลัก จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด ในเรื่อง มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน มากที่สุด และผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคล (แบบมีระยะเวลา) ในเรื่อง ได้รับวงเงินอนุมัติสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้ และเลือกผ่อนชำระได้ สูงสุด 60 เดือน ดังนั้นการที่ผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของธนาคารต่างๆ นั้น ต้องคำนึงถึงผลิตภัณฑ์หลักที่ลูกค้าต้องการจากการซื้อสินค้าหรือการให้บริการต่างๆ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ต่างๆนั้น เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการได้อย่างตรงใจ และตรงกับความต้องการอย่างแท้จริงของลูกค้า เนื่องจากในตลาดการแข่งขันในปัจจุบันสูงการที่ลูกค้าจะสนใจในผลิตภัณฑ์นั้น ต้องมีการสร้างผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้นให้ลูกค้ามองเห็นและเข้าใจได้ง่าย

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด ในเรื่อง สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกันมากที่สุด ดังนั้น ผู้ให้บริการต้องมองให้ออกถึงบริการที่ลูกค้าคาดหวังและสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการและตอบสนองได้ตรงตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ควบว่าหากมีบัตรเครดิตเป็นผลิตภัณฑ์ควบกับบัตรเครดิต ลูกค้าสามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมาผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้ ดังนั้น ผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลต่างๆ จำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งที่มีมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง โดยออกบัตรเครดิตให้กับลูกค้าผู้ถือบัตรเงินสดเป็นผลิตภัณฑ์ควบในวงเงินสินเชื่อเดียวกัน เพราะปัจจุบันลูกค้าไม่ได้เพียงอยากได้บัตรเครดิตเงินสดแต่ต้องการซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ควบด้วย

ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด ในเรื่อง ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอหรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตรมากที่สุด และให้วงเงินสินเชื่อใหม่ หรือเพิ่มวงเงินสินเชื่อ แม้ยังผ่อนชำระคืนไม่ครบตามกำหนด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภค ต้องการได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการของการใช้บัตรและการใช้สินเชื่อส่วนบุคคล ดังนั้นผู้ให้บริการควรจะต้องมีการทบทวนข้อมูลและประวัติของในกลุ่มลูกค้าของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการเก็บประวัติการใช้จ่ายและประวัติการผ่อนชำระของลูกค้า เพื่อนำเสนอสิ่งทีลูกค้าต้องการ และต้องคอยตอบสนองให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคได้ให้ได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการอย่างทันทั่วถึง เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าให้อยู่กับตนเองตลอดไป

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดในด้านอื่น เช่น บัตรเครดิตหรือสินเชื่อบุคคล (แบบมีระยะเวลา)

3.2.2 ควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดในด้านอื่น เช่น ด้านตราสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบของผู้ให้บริการว่ามีปัจจัยทางการตลาดในด้านใด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้บริโภค

3.2.3 ควรศึกษาปัจจัยภายในองค์กร ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้ใช้บริการนำไปศึกษาและปรับปรุงกระบวนการทำงานในองค์กรเพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้เข้มแข็งในการทำการตลาด เพื่อแข่งขันในตลาดได้ต่อไป

3.2.4 ควรทำการศึกษาการกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล เพื่อดูปัจจัยความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด เพื่อเป็นข้อมูลในการทำการตลาดให้กับผู้ใช้บริการต่อไปในการจัดทำกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการได้อย่างถูกต้องที่สุด





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลญา แซ่หนู (2548) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- กัลยา วาณิชย์บัญชา (2550) *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) *การตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ธนาคารแห่งประเทศไทย “ธุรกิจสินเชื่อภายใต้การกำกับ” สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2556 จาก http://www.amlo.go.th/thaisakol_samakom/otheramlo/lowinfo13.pdf.
- นวรรตน์ แหทอง (2550) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตตลาดฟ้าว” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- แนวโน้มสินเชื่อส่วนบุคคล (2556) สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2556 จาก <http://library.dip.go.th/multim6/edoc/2556/21787.pdf>.
- พรพัฒน์ โสทธิเสาวรภัย (2549) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของลูกค้าจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เพ็ญแข ศิริวรรณ (2546) *สถิติเพื่อการวิจัยโดยใช้คอมพิวเตอร์ (SPSS Version 10.0)* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548) *การจัดการตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร แสงดาว
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) *กลยุทธ์การตลาด* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์บรรณกิจ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร ซีรฟิล์ม และ ไซเท็กซ์
- สมชาย กิจยรรยง (2540) *การบริการ* กรุงเทพมหานคร สายธาร
- สาโรจน์ วันมี (2547) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อรรถพล เลือดกาญจนะ (2550) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อัครี มีศิริ (2545) “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สังกัดภาค 4” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Kotler & Armstrong, Gary (1999). *Principles of marketing* 8th ed. New Jersey: Prentice Hall.

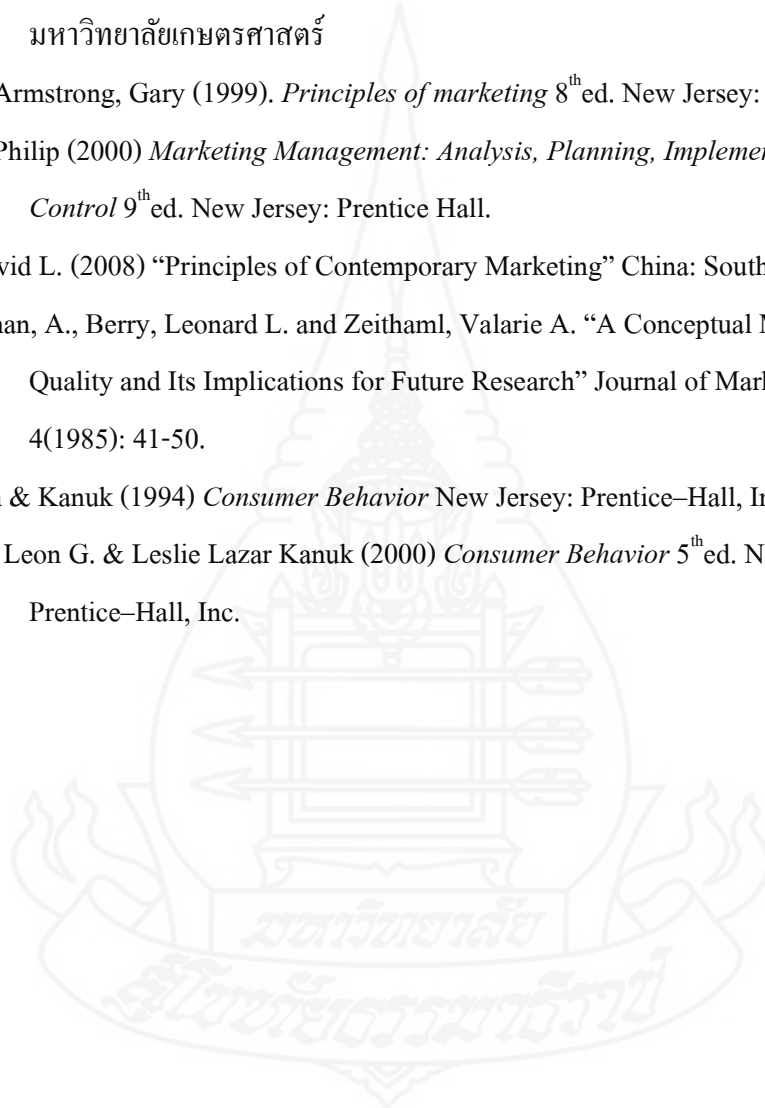
Kotler & Philip (2000) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* 9thed. New Jersey: Prentice Hall.

Kurtz, David L. (2008) “Principles of Contemporary Marketing” China: South-Western.

Parasuraman, A., Berry, Leonard L. and Zeithaml, Valarie A. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research” *Journal of Marketing*. 4(1985): 41-50.

Schiffman & Kanuk (1994) *Consumer Behavior* New Jersey: Prentice–Hall, Inc.

Shiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk (2000) *Consumer Behavior* 5th ed. New Jersey: Prentice–Hall, Inc.



ภาคผนวก



แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล
ของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นส่วนประกอบในการการศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคลของนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์

ดังนั้น จึงขอความกรุณาจากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [] ที่ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

[] 1. ชาย

[] 2. หญิง

2. อายุ

[] 1. อายุ 20 – 29 ปี

[] 2. อายุ 30 – 39 ปี

[] 3. อายุ 40 – 49 ปี

[] 4. อายุ 50 ปี ขึ้นไป

3. รายได้ต่อเดือน

[] 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

[] 2. 15,001 – 30,000 บาท

[] 3. 30,001 – 45,000 บาท

[] 4. มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

[] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

[] 2. ปริญญาตรี

[] 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

[] 1. พนักงานบริษัทเอกชน

[] 2. ข้าราชการ / พนักงานราชการ

[] 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[] 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ

[] 5. อื่นๆ โปรดระบุ

6. สถานภาพสมรส

[] 1. โสด

[] 2. สมรส อยู่ด้วยกัน

[] 3. สมรส ไม่ได้อยู่ด้วยกัน

[] 4. หม้าย / หย่าร้าง

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] เพียง 1 ข้อ ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์

1. ข้อใดคือเหตุผลหลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. สามารถกดเงินสดออกจากบัตรได้ 100% โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการกด
- 2. ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก
- 3. มีวงเงินสดสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน
- 4. ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 5 เท่าของรายได้

2. สิ่งที่ท่านคาดหวังว่าจะได้รับ เมื่อท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. ได้รับการพิจารณาอนุมัติ และส่งบัตรให้อย่างรวดเร็ว
- 2. ได้รับวงเงินสูงสุด
- 3. สามารถขอสินเชื่อได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน
- 4. เมื่อท่านนำไปใช้กดเงินสดจะไม่เสียค่าธรรมเนียม

3. สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมในข้อใดที่มีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด

(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. ธนาคารจะเริ่มคิดดอกเบี้ยเมื่อมีการกดใช้เงินสดเท่านั้น
- 2. การติดต่อกับศูนย์ Call Center ตลอด 24 ชม เช่น สอบถามสิทธิประโยชน์ แจ้งอายัดบัตร บัตรสูญหาย ถูกขโมย
- 3. สามารถนำยอดที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการมาผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้
- 4. ขอสินเชื่อเพียงครั้งเดียวสามารถใช้วงเงินได้ตลอดไป

4. ข้อใดที่ทำให้ท่านรู้สึกประทับใจหรือรู้สึกว่าได้รับบริการเกินกว่าที่คาดหวังจากการใช้บริการ

ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. ให้คุณสามารถเบิกเงินสดได้ทันทีและสะดวกสบายด้วยบริการเงินสดทันทีโทรสั่งได้
- 2. ได้รับวงเงินสำรองฉุกเฉิน โดยไม่ต้องร้องขอหรือติดต่อธนาคารผู้ออกบัตร
- 3. ได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล ดอกเบี้ยพิเศษอื่น โดยไม่ต้องใช้เอกสาร
- 4. นำเสนออัตราดอกเบี้ย 0% ในการกดใช้บัตรในระยะแรกที่สมัคร

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ ธนาคารพาณิชย์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา						
1	ผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร สามารถช่วยให้ท่านมีเงินสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน					
2	ท่านต้องการความสะดวกสบายในการใช้บัตรเครดิตแทนเงินสด เมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการ					
3	ท่านต้องการรับสิทธิประโยชน์จากบัตรเครดิต/สินเชื่อวงเงินพร้อมใช้ เช่น ใช้ในการผ่อนชำระ หรือรับส่วนลดจากร้านค้า					
ขั้นตอนการการค้นหาข้อมูล						
4	ท่านค้นหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา/โทรทัศน์/อินเทอร์เน็ต					
5	ท่านได้สอบถามข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน					
6	ท่านทำการสอบถามข้อมูลจากพนักงานขาย/ฝ่ายขายของธนาคารนั้นๆ					

ข้อ	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
		5	4	3	2	1
	ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก					
7	ท่านพิจารณาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ					
8	ท่านพิจารณาธนาคารที่ท่านจะเลือกใช้บริการว่ามีจุดรับชำระเงินที่สะดวกและเพียงพอต่อการใช้บริการ					
9	รายการส่งเสริมการขายที่จะได้รับหลังจากสมัครสินเชื่อ/บัตรเครดิต มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่าน					
	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ					
10	ท่านเลือกใช้บริการจากธนาคารที่ท่านไปใช้บริการได้อย่างสะดวก เช่น โกลด์แห่งที่ทำงาน โกลด์บ้าน ในห้างสรรพสินค้า					
11	ท่านใช้ความคิดเห็นจากครอบครัว เพื่อน ญาติ ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์					
12	พนักงานขายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารพาณิชย์ของท่าน					
	ขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ					
13	ท่านมีความพึงพอใจต่อสินเชื่อส่วนบุคคลที่ท่านได้รับ					
14	ในอนาคตหากท่านต้องการขอสินเชื่ออีกท่านจะกลับมาขอสินเชื่อจากธนาคารเดิมอีกครั้ง					
15	ท่านจะแนะนำเพื่อน หรือคนใกล้ชิด มาขอสินเชื่อจากธนาคารเดิมที่ท่านใช้บริการ					

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายชโลธร หลีเส้น
วัน เดือน ปีเกิด	3 กรกฎาคม 2531
สถานที่เกิด	อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ. 2553
สถานที่ทำงาน	บริษัท ไอสด อินเตอร์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด 600/9 หมู่ 11 ถนนสุขาภิบาล 8 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่ง	ผู้จัดการเขตการขาย

