

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)  
จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์  
ของ  
นปภา พิสิฐมุกดา

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2551

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)  
จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์  
ของ  
นปภา พิสิฐมุกดา

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2551  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)  
จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ  
ของ  
นปภา พิสิฐมุกดา

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤษภาคม 2551

นปภา พิสิฐมุกดา. (2551) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ในเขต  
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.รักษพงศ์ วงศาโรจน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
สินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ในเขต  
กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ  
และธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล  
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความ  
แตกต่างใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์  
แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษา  
สูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป โดย  
ลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยรวมต่อธนาคารสแตนดาร์ดฯ อยู่ในระดับดี โดยมีทัศนคติ  
ด้านวงเงินกู้ในระดับดีมาก แต่มีทัศนคติด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/อัตราค่าธรรมเนียมและด้านการผ่อน  
ชำระเงินกู้ในระดับปานกลาง และพบว่าลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยรวมต่อธนาคาร  
ซีทีแบงก์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติด้านวงเงินกู้ในระดับดี แต่มีทัศนคติด้านอัตราดอกเบี้ย  
เงินกู้/อัตราค่าธรรมเนียมและด้านการผ่อนชำระเงินกู้ในระดับปานกลาง

ลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมต่อธนาคารสแตนดาร์ดฯ อยู่ในระดับ  
ดีมาก โดยมีทัศนคติด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับดีมาก แต่มี  
ทัศนคติด้านการให้บริการด้านสินเชื่ออยู่ในระดับดี และพบว่าลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อ  
บุคคลโดยรวมต่อธนาคารซีทีแบงก์อยู่ในระดับดี โดยมีทัศนคติด้านการให้บริการของพนักงานอยู่ใน  
ระดับดีมาก แต่มีทัศนคติด้านการให้บริการด้านสินเชื่อและด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับดี

ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ และ  
ธนาคารซีทีแบงก์ในระดับพึงพอใจ ทั้งด้านการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้, ด้าน  
คุณค่าการให้บริการโดยรวมและด้านความพึงพอใจโดยรวม โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการ  
ใช้บริการคือ ต้องการนำไปชำระหนี้ที่อื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า มีระดับการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้  
บริการสินเชื่อบุคคลอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ทางด้านช่องทางการชำระเงินลูกค้าส่วนใหญ่ชำระเงินที่  
เคาน์เตอร์เซอร์วิส เนื่องจากเดินทางสะดวก

ลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ดฯ ได้รับวงเงินอนุมัติสินเชื่อบุคคลเฉลี่ย 299,838 บาท/ครั้ง ระยะเวลาการเป็นลูกค้าเฉลี่ย 1.33 ปี และใช้บริการเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง ส่วนลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ได้รับวงเงินอนุมัติสินเชื่อบุคคลเฉลี่ย 207,750 บาท/ครั้ง ระยะเวลาการเป็นลูกค้าเฉลี่ย 1.69 ปี และใช้บริการเฉลี่ยประมาณ 1 ครั้ง

ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ ในด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ลูกค้าที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ในด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรส และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยรวมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ ในด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยรวมของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ มีความพึงพอใจในทุกด้านมากกว่าธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดฯ ในทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ในทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

A COMPARISON OF USERS' SATISFACTION OF PERSONAL LOAN BETWEEN STANDARD  
CHARTERED (THAI) BANK PUBLIC COMPANY AND CITIBANK IN BANGKOK  
METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT  
BY  
NAPAPHA PISITMUKDA

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Management  
at Srinakharinwirot University

May 2008

Napapha Pisitmukda. (2008). *A comparsion of users' satisfaction of personal loan between Standard Chartered (Thai) Bank Public Company and Citibank in bangkok metropolitan area*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Rugphong Vongsaroj.

The objectives of this research are to compare users' satisfaction of personal loan between Standard Chartered (Thai) Bank Public Company and Citibank in Bangkok Metropolitan Area and to explore the factors influencing their satisfaction. The samples of this research are 400 users who have used the personal loan services at both SCBT and Citibank. The questionnaires are used for data collection. The statistional methods used in data analysis include percentage, mean, standard deviation, t-test, paired t-test, one way analysis of variance and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results show that most users are married male aged 31-40 years old with bachelor degree educational background and working as officer in company with average monthly income more than 50,001 Baht.

Users's attitude toward SCBT's overall personal loan conditions is at the high level, in the aspect of loan permission is at the highest level but in term of interest/fee and loan payment is at the moderate level. Users's attitude toward Citibank's overall personal loan conditions is at the moderate level, in the aspect of loan permission is at the high level while in term of interest/fee and loan payment are at the moderate level.

Users have attitude toward SCBT's overall personal loan services at highest level, in the aspect of people and place are at the highest level but in term of loan service is at the high level. They also have attitude toward Citibank's overall personal loan service at the high level, in the aspect of people is at the highest level while in term of loan service and place are at the high level.

The users express their overall satisfaction of personal loan service at SCBT and Citibank at the moderate level. Most users have a purposing of loaning money to pay an another debt having higher interest cost, they are not sure to suggest others to use services, and they mostly pay for the loan at the counter service because of the convenience travel.

SCBT's users averagely receive loan permission about 299,838 Bath/time and have used the loan service 2 times for 1.33 years and Citibank's users averagely receive loan permission about 207,750 Bath/time, with loan 1 time for 1.69 years.

Users with different marital status have different satisfaction of using personal Loan services at SCBT in the aspect of real perception over expectation and the overall satisfaction at statistical significance level of .05. Moreover, users with different age, educational level have different satisfaction of using the services at Citibank in the aspect of real perception over expectation at statistical significance level of .05. In addition, users with different marital status and income also have different satisfaction of using the service at Citibank in the aspect of the value of service at statistical significance level of .05.

Users' attitude toward personal loan conditions is positively correlated with their satisfaction to the loan service of SCBT in the aspect of real perception over expectation and the value of service statistical significance level of .05. Moreover, their attitude toward personal loan services is positively correlated with their satisfaction to the service of SCBT at statistical significance level of .01.

The attitude of users toward personal loan conditions is positively correlated with their satisfaction to the loan service of Citibank in the aspect of the value of service and the overall satisfaction at statistical significance level of .05. In additional, their attitude toward personal loan services is positively correlated with their satisfaction to the services of Citibank at statistical significance level of .01.

Personal loan clients have overall satisfaction in all aspects to the SCBT personal loan services greater than the Citibank at statistical significance level of .01.

The customers' satisfaction to SCBT personal loan services in all aspects are positively correlated with their tendency to suggest others to use services at statistical significance level of .01 and the their satisfaction to the Citibank are also positively correlated with their tendency to suggest others to use services at statistically significant level of .01.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ  
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีบีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ นปภา  
พิสิฐมุกดา ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(อาจารย์ ดร.รักษพงศ์ วงศาโรจน์ )

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน  
(อาจารย์ ดร.รักษพงศ์ วงศาโรจน์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ ..... เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2551

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาเป็นอย่างยิ่งของ อาจารย์ ดร. รัชพงศ์ วงศาโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยกราบขอบคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจและอาจารย์พิเศษหลักสูตรบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ กรุณาอบรมสั่งสอนวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งและทำให้มีวันนี้

สิ่งสำคัญที่สุด ขอกราบขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณอา พี่ชายและน้องชาย ที่มีส่วนช่วย สนับสนุน และให้กำลังใจในทุก ๆ ด้าน ทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษา และมีแนวทางใน การดำเนินชีวิตที่ประสบความสำเร็จได้

ขอขอบคุณ คุณวรารมณ อุ่นเรือน, คุณมนัสวี เสรณีปราการ (หัวหน้าทีแสนดี), คุณวันชัย วิฑูรประสาทมล (ติวเตอร์คนเก่ง), คุณอัญญ์สิตา พิพัฒน์อัสรา และคุณสิริวีร์ ชาริบุตร (พี่สาวที่น่ารัก) รวมถึงเพื่อนๆ ทีม TS 20 ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ คอยช่วยเหลือชี้แนะ และให้ความช่วยเหลือทุกเรื่อง รวมถึงกำลังใจที่ดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ศึกษา และทำงานวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

และขอบคุณเพื่อนๆ MBA รุ่น 8 ทุกคน ที่ร่วมด้วยช่วยกันมาตลอดระยะเวลา 2 ปีที่เรียน ด้วยกัน และที่สำคัญเพื่อนๆ คณะมนุษยศาสตร์ เอกภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รุ่น 38 ทุกคนที่มีส่วนช่วยให้ผู้วิจัยทำงานนี้สำเร็จลุล่วงได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และผู้ที่สนใจทุก ท่าน

นปภา พิสิฐมุกดา

## สารบัญ

| บทที่                                                              | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| 1 บทนำ .....                                                       | 1    |
| ภูมิหลัง .....                                                     | 1    |
| ความมุ่งหมายของการวิจัย .....                                      | 2    |
| ความสำคัญของการวิจัย .....                                         | 3    |
| ขอบเขตของการวิจัย .....                                            | 3    |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....                      | 3    |
| ตัวแปรที่ศึกษา .....                                               | 4    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ .....                                              | 6    |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย .....                                         | 10   |
| สมมติฐานในการวิจัย .....                                           | 11   |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                             | 12   |
| แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ ....                             | 12   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....                              | 21   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....                           | 28   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....                     | 31   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินเชื่อ .....                              | 44   |
| ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)..... | 50   |
| ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารซีทีแบงก์ .....                               | 54   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                                        | 58   |
| 3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า .....                                  | 62   |
| การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....                      | 62   |
| ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย .....                                      | 62   |
| กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย .....                                | 62   |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....                           | 64   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                                           | 72   |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่                                                          | หน้า       |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| <b>3 (ต่อ)</b>                                                 |            |
| การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....                          | 73         |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....                           | 75         |
| <b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>                            | <b>83</b>  |
| การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                              | 83         |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                     | 84         |
| สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....                                   | 100        |
| <b>5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>                  | <b>186</b> |
| สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า ..... | 186        |
| สรุปผลการศึกษาวิจัย .....                                      | 193        |
| อภิปรายผล .....                                                | 204        |
| ข้อเสนอแนะ .....                                               | 212        |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป .....                       | 214        |
| <b>บรรณานุกรม .....</b>                                        | <b>216</b> |
| <b>ภาคผนวก .....</b>                                           | <b>219</b> |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....                                      | 220        |
| ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....                 | 227        |
| ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม .....           | 229        |
| <b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ .....</b>                          | <b>232</b> |

## บัญชีตาราง

| ตาราง                                                                                                                                                                                | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม<br>ผู้บริโภค (7Os).....                                                                                      | 36   |
| 2 จำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม .....                                                                                                                                | 84   |
| 3 จำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม .....                                                                                                                               | 85   |
| 4 จำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม.....                                                                                                                         | 85   |
| 5 จำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม .....                                                                                                                      | 86   |
| 6 จำนวน และคำร้อยละ ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม .....                                                                                                                              | 87   |
| 7 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม.....                                                                                                                  | 87   |
| 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล<br>บุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) .....                                                        | 88   |
| 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล<br>ของธนาคารซีทีแบงก์.....                                                                                | 90   |
| 10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล<br>บุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....                                         | 92   |
| 11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล<br>บุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ .....                                                                       | 94   |
| 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ<br>สินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....                                 | 95   |
| 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ<br>สินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ .....                                                               | 96   |
| 14 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ด้านวัตถุประสงค์การใช้บริการสินเชื่อบุคคล. .... | 97   |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                                                                                                                 | หน้า |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 15    | ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล<br>ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)ด้านวงเงิน<br>ที่ได้รับการอนุมัติระยะเวลาการเป็นลูกค้าและจำนวนครั้งที่บริการ ..... | 97   |
| 16    | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)<br>ด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อ .....                              | 98   |
| 17    | แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวงเงินที่ได้รับการอนุมัติ<br>ระยะเวลาการเป็นลูกค้าและจำนวนครั้งที่ใช้บริการ .....       | 98   |
| 18    | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล<br>ของธนาคารซีทีแบงก์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ<br>สินเชื่อบุคคล.....                                       | 99   |
| 19    | แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์<br>ด้านช่องทางการชำระเงินที่ไปใช้บริการ .....                            | 99   |
| 20    | แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์<br>ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชำระเงิน.....                          | 100  |
| 21    | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ.....                                                                            | 102  |
| 22    | แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้<br>Levene's Test .....                                                                                                                                      | 104  |
| 23    | แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)จำแนกตามอายุโดยใช้สถิติ<br>F-test.....                                                            | 105  |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง                                                                                                                                                                       | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล<br>ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม<br>สถานภาพการสมรส .....                     | 107  |
| 25 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้<br>Levene's Test.....                                                                                       | 109  |
| 26 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา โดย<br>ใช้สถิติ .....               | 110  |
| 27 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้Levene's Test                                                                                                        | 111  |
| 28 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)จำแนกตามระดับอาชีพ<br>โดยใช้สถิติ F-test.....              | 112  |
| 29 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้โดยใช้<br>Levene's Test.....                                                                                              | 114  |
| 30 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดย<br>ใช้สถิติ F-test .....           | 114  |
| 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)จำแนกตามกลุ่มอาชีพ<br>โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe..... | 115  |
| 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามเพศ.....                                                                    | 117  |
| 33 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene's Test                                                                                                        | 119  |
| 34 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>ซีทีแบงก์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test.....                                                     | 120  |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                                                                         | หน้า |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 35    | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามอายุ ด้วยวิธี Least Significant Difference<br>(LSD) .....             | 121  |
| 36    | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส .....                                                     | 123  |
| 37    | แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้<br>Levene's Test.....                                                                                      | 125  |
| 38    | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ<br>Brown-Forsythe.....                     | 126  |
| 39    | แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของความพึงพอใจการใช้บริการ<br>สินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้<br>วิธีแบบ Dunnett's T3..... | 127  |
| 40    | แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>ซีทีบีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test .....                                   | 128  |
| 41    | แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้<br>Levene's Test.....                                                                                              | 129  |
| 42    | แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>ซีทีบีแบงก์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test .....                                                | 130  |
| 43    | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....                               | 131  |
| 44    | แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้โดยใช้ Levene's Test                                                                                                     | 132  |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                                                                                                                                                   | หน้า |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 45    | แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร<br>ซีทีบีแบงก์ จำแนกตามรายได้โดยใช้สถิติ F-test.....                                                                                                                           | 133  |
| 46    | แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มรายได้ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....                                                                                                        | 133  |
| 47    | แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามรายได้ ด้วยวิธี Least Significant Difference<br>(LSD) .....                                                                                     | 134  |
| 48    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับ<br>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล<br>โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน)..... | 136  |
| 49    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับ<br>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดย<br>เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีบีแบงก์.....                                  | 138  |
| 50    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลกับ<br>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดย<br>รวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....                                      | 140  |
| 51    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับ<br>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดย<br>รวมของธนาคารซีทีบีแบงก์ .....                                                                 | 143  |
| 52    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับ<br>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวม<br>ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....                                              | 145  |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง |                                                                                                                                                                                                                                         | หน้า |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 53    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับ ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของ ธนาคารซีทีแบงก์.....                                                                          | 147  |
| 54    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)..... | 149  |
| 55    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์.....                               | 152  |
| 56    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการ โดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....                                 | 154  |
| 57    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการ โดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์.....                                                                | 157  |
| 58    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....                                            | 159  |
| 59    | แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์.....                                                                          | 162  |
| 60    | แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้บุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์.....                               | 164  |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

| ตาราง                                                                                                                                                                                           | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 61 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์.....                      | 166  |
| 62 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อในด้านความพึงพอใจโดยรวมบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด(ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์.....                                | 167  |
| 63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)..... | 169  |
| 64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์.....                                | 171  |
| 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน).....         | 173  |
| 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์.....                                        | 175  |
| 67 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....                                                                                                                                                             | 178  |
| 68 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) .....                                                | 187  |
| 69 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ .....                                                                               | 188  |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

|    |                                                                                                                                            |     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 70 | แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้<br>บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) .. | 189 |
| 71 | แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้<br>บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ .....                           | 189 |

## บัญชีภาพประกอบ

| ภาพประกอบ                         | หน้า |
|-----------------------------------|------|
| 1 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ .....    | 15   |
| 2 แสดงการประเมินคุณภาพบริการ..... | 26   |

# บทที่ 1

## บทนำ

### บทนำ

ธนาคารพาณิชย์จัดเป็นสถาบันทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในระบบการเงินและระบบเศรษฐกิจโดยมีหน้าที่หลักในการระดมเงินออมและให้สินเชื่อกู้ยืมเงินสำหรับทุกภาคเศรษฐกิจ เพื่อสนับสนุนการขยายตัวและพัฒนาเศรษฐกิจให้กระจายครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ซึ่งที่ผ่านมาการดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์จะมีการแข่งขันกันน้อยมากจนภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 และการประกาศใช้มาตรการทางการเงินที่เข้มงวดของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) การดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ไทยกลับกลายมาเป็นธุรกิจที่ประสบกับการขาดทุนเป็นอย่างมาก จึงจำเป็นต้องพลิกผันเปลี่ยนแปลงบทบาทในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคาร และมีการแข่งขันระหว่างธนาคารทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อช่วงชิงฐานลูกค้าโดยมีการเพิ่มช่องทางการบริการเพื่อดึงดูดลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมากขึ้น พร้อมกับการสร้างรายได้และทำกำไรสูงสุดให้กับธนาคาร

ในยุคที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงของธุรกิจธนาคารพาณิชย์และสถาบันทางการเงิน ในช่วงที่ประเทศไทยกำลังฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจนั้น ทำให้ช่องทางหารายได้ของธนาคารมีอยู่อย่างจำกัด จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนที่จะต้องปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจใหม่ การเร่งเพิ่มขยายปริมาณการปล่อยสินเชื่อของธนาคารให้มากที่สุดเป็นเป้าหมายหนึ่งในการดำเนินธุรกิจที่จะสามารถสร้างรายได้และลดภาวะการขาดทุนของธนาคารลง โดยประเภทของสินเชื่อที่ธนาคารต่างๆ ได้หันมาให้ความสนใจและให้การสนับสนุนเป็นอย่างมากในปัจจุบัน คือ สินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ทั้งนี้เพราะสินเชื่อบุคคลเป็นสินเชื่อที่สามารถขอกู้ได้ค่อนข้างง่าย เนื่องจากไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลมาค้ำประกัน และกลุ่มลูกค้าที่สามารถขอสินเชื่อได้มีอยู่ในตลาดค่อนข้างมาก ซึ่งมีโอกาสขยายตัวได้ค่อนข้างสูง จึงทำให้การแข่งขันในตลาดนี้ค่อนข้างรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อที่จะแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากสินเชื่อประเภทต่างๆ เช่น สินเชื่อเพื่อธุรกิจ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยจะมีการใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น เพิ่มวงเงินกู้ เพิ่มระยะเวลาในการผ่อนชำระ กลยุทธ์ทางด้านราคา โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำเพื่อจูงใจลูกค้าจึงทำให้ธนาคารและสถาบันการเงินทั่วไป ต้องปรับลดอัตราดอกเบี้ย ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้การแข่งขันรุนแรงขึ้นอีก กลยุทธ์ทางด้านสถานที่ด้วยการเปิดให้บริการในวันหยุด รวมไปถึงกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขาย เช่น การชิงรางวัลต่างๆ หรืออาจจะมีการให้ส่วนลดให้สำหรับลูกค้า

สถาบันทางการเงินประเภทธนาคารต่างชาติที่มีบทบาทในการปล่อยสินเชื่อบุคคล และได้รับความสนใจอย่างมากจากลูกค้าและบุคคลทั่วไป ได้แก่ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ซึ่งเป็นธนาคารต่างชาติที่กำลังเร่งขยายตลาดอย่างต่อเนื่องโดยใช้รูปแบบการแข่งขันที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ตลอดจนคุณภาพและความพร้อมในการให้บริการของพนักงานสินเชื่อของแต่ละธนาคาร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากเป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียงและมีพนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อที่สามารถให้คำปรึกษาและข้อมูลแก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้เนื่องจากในภาวะปัจจุบันธนาคารซีทีแบงก์มีคุณภาพการบริการในเรื่องของสินเชื่อคล้ายคลึงกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) เพื่อจะได้นำผลมาเปรียบเทียบ ปรับปรุงและวางแผนนโยบายกลยุทธ์ด้านต่างๆ รวมไปถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์และการให้บริการสินเชื่อบุคคลให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ใช้บริการด้านการให้บริการบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

## ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับธนาคารในการพิจารณาวางแผนนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆรวมถึงการปรับปรุงและการจัดรูปแบบของการให้บริการสินเชื่อบุคคลให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่างๆ มากยิ่งขึ้น

2. สถาบันการเงินอื่นๆ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงเป็นแนวทางการบริหารงานด้านสินเชื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

## ขอบเขตของการวิจัย

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าและทำวิจัยดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและทำวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและทำวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ นราศรี ไวกวนิชกุล (2549: 133) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน จะได้เท่ากับจำนวน 400 คน โดยขั้นตอนการเลือกตัวอย่าง มีดังนี้

1. การเลือกตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สำหรับธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 34 สาขาในกรุงเทพมหานคร โดยทำการจับสลากเลือกสาขาหนึ่งจำนวน 10 สาขา ของจำนวนสาขาในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้แก่ สาขาสำนักงานใหญ่ สาขาเจริญกรุง สาขาประตูน้ำ สาขาพาหุรัด สาขาลาดพร้าว สาขาสาธุประดิษฐ์ สาขาสีลม สาขารามอินทรา สาขาสุขุมวิท 71 และสาขานานา

เหนือ และสำหรับธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากธนาคารซีทีแบงก์ไม่มีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น จึงทำการเก็บตัวอย่างที่สาขาส่งงานใหญ่เพียงที่เดียว

2. การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละธนาคาร ละ 200 คน โดยที่ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด มหาชน กำหนดกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 20 คน และธนาคารซีทีแบงก์ 200 คน

3. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ ใช้บริการสินเชื่อทั้งธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

4. การเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อทำการเก็บข้อมูลให้ ครบตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ในแต่ละสาขามาตามขั้นตอนที่ 1 และ 2

### ตัวแปรอิสระที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระที่ศึกษา (Independent Variable) แบ่งได้ ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 21 – 30 ปี

1.1.2.2 31 – 40 ปี

1.1.2.3 41 – 50 ปี

1.1.2.4 50 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพ

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส

1.1.3.3 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

1.1.4.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

1.1.4.3 อนุปริญญา หรือเทียบเท่า

1.1.4.4 ปริญญาตรี

1.1.4.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.2 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานธนาคาร

1.1.5.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

1.1.6.2 20,001-30,000 บาท

1.1.6.3 30,001- 40,000 บาท

1.1.6.4 40,001 -50,000 บาท

1.1.6.5 50,000 บาทขึ้นไป

1.2 ทักษะคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล

1.2.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้/อัตราค่าธรรมเนียม

1.2.2 วงเงินกู้

1.2.3 ระยะเวลาผ่อนชำระคืน

1.3 ทักษะคดีด้านการให้บริการของธนาคาร

1.3.1 การให้บริการของพนักงาน

1.3.2 การให้บริการด้านสินเชื่อ

1.3.3 ด้านสถานที่การให้บริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) แบ่งได้ ดังนี้

2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

2.2 พฤติกรรมการใช้สินเชื่อบุคคล

2.2.1 เหตุผลที่เลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคล

2.2.1.1 ซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย

2.2.1.2 ซื้อรถ

2.2.1.3 ต้องการไปชำระหนี้ที่อื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า

- 2.2.1.4 ขยายกิจการเพิ่มเติม
- 2.2.1.5 อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
- 2.2.2 วงเงินที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อบุคคล
- 2.2.3 ระยะเวลาการเป็นลูกค้าสินเชื่อบุคคล
- 2.2.4 จำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล
- 2.2.5 การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล
- 2.2.6 ช่องทางการชำระเงินกู้
  - 2.2.6.1 ธนาคารที่ท่านใช้บริการสินเชื่ออยู่
  - 2.2.6.2 ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ
  - 2.2.6.3 เคาน์เตอร์เซอร์วิส
  - 2.2.6.4 ที่ทำการไปรษณีย์
  - 2.2.6.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้นิยามศัพท์ที่ใช้เป็นตัวแปรในการวิจัย เพื่อกำหนดความหมายในการทำ ความเข้าใจร่วมกัน ดังนี้

1. ทศนคติด้านเงื่อนไข หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีต่อดอกเบี้ย และเงื่อนไขการกู้ยืมอื่นๆ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบี แ��ก์ประกอบด้วย
  - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ หมายถึง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สถาบันการเงินกำหนดขึ้น ซึ่ง จะใช้ไประยะเวลาหนึ่งและต่อมาภายหลังอาจปรับเปลี่ยนขึ้นหรือลงได้ตามสถานการณ์การเงินหรือ ต้นทุนทางการเงินของสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบี แ��ก์ซึ่งจะส่งผล กระทบต่อเงินงวดที่ชำระในแต่ละเดือน
  - ค่าใช้จ่ายในการจัดการเงินกู้ ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ โดย ปกติทางธนาคารจะคิดค่าธรรมเนียม 0.5% ของวงเงินที่ได้ หรือไม่เกิน 10,000 บาท ค่าอากรแสตมป์ 0.05% ของวงเงินที่ได้ และค่าตรวจสอบข้อมูลเครดิต 12 บาท
  - อัตราการผิดนัดชำระ หมายถึง จำนวนดอกเบี้ยผิดนัดสูงสุดที่ธนาคารกำหนดไว้ กรณีที่ถูกค่าไม่ชำระเงินในงวดนั้นๆ โดยธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารซีทีบี แ��ก์ จะปรับดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ที่คงเหลือทั้งหมดเพิ่มขึ้นเป็น 28 %

- อัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ หมายถึง อัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ กรณีที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามวันที่ธนาคารกำหนด โดยธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะคิดค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ 290 บาทต่อเดือน และธนาคารซีทีบีแบงก์ คิดค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ 180 บาทต่อเดือน
- อัตราค่าใช้จ่ายในการชำระเงินกู้ ณ จุดบริการต่างๆ หมายถึงค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่หน่วยงานภายนอกหรือบุคคลอื่นๆ ในการชำระเงิน
- วงเงินกู้สูงสุด หมายถึง จำนวนเงินที่ธนาคารสามารถอนุมัติได้สูงสุด โดยที่ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะอนุมัติวงเงินสูงสุด ได้ที่ 1,000,000 บาท และธนาคารซีทีบีแบงก์อนุมัติสูงสุดที่ 1,500,000 บาท
- จำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับเหมาะสมกับรายได้ หมายถึง จำนวนเงินที่ได้รับอนุมัติเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ทางธนาคารกำหนดไว้ โดยที่ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแบงก์ จะกำหนดไว้ที่ 4-5 เท่าของรายได้
- การผ่อนชำระเงินคืนเงินกู้ตามสัญญา หมายถึง ระยะเวลาที่ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแบงก์กำหนดขึ้นให้ผู้กู้สามารถกู้ได้ ส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาประมาณ 12 – 60 เดือน
- การปิดบัญชีสัญญาเงินกู้ก่อนกำหนด หมายถึงการที่ลูกค้าชำระหนี้คืนก่อนครบกำหนดระยะเวลา 1 ปี ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะทำการยกเลิกอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และปรับมาเป็นอัตราดอกเบี้ยสูงสุด คือ 28 % โดยเริ่มคำนวณจากวันที่ได้อนุมัติจนถึงวันที่ชำระหนี้จนเสร็จสิ้น แต่หากชำระหนี้คืนหลัง 1 ปี ธนาคารจะไม่คิดดอกเบี้ยที่เหลือ หรือ ค่าปรับใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้ลูกค้าสามารถชำระคืนเฉพาะเงินต้นที่เหลือเท่านั้น และสำหรับธนาคารซีทีบีแบงก์ กรณีที่ลูกค้าชำระหนี้คืนก่อนครบสัญญา ธนาคารจะทำการยกเลิกอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และปรับมาเป็นอัตราดอกเบี้ยสูงสุด คือ 28 % โดยเริ่มคำนวณจากวันที่ได้อนุมัติจนถึงวันที่ชำระหนี้จนเสร็จสิ้นเช่นกัน
- เงื่อนไขการชำระเงินกู้เกินกว่าจำนวนเงินผ่อนที่ธนาคารกำหนด หมายถึงกรณีที่ลูกค้ามีความประสงค์จะจ่ายเงินเกินกว่าจำนวนเงินที่ต้องชำระที่ธนาคารกำหนดในใบแจ้งยอด โดยทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะไม่คิดค่าปรับ หรือค่าธรรมเนียมใดๆ ทั้งสิ้น และจะนำเงินส่วนต่างที่ชำระเกินจากใบแจ้งยอด ไปหักเงินต้นในบัญชีรอบถัดไป และธนาคารซีทีบีแบงก์ จะมีการเรียกเก็บค่าปรับในการชำระเงินเกินกำหนด โดยค่าปรับจะคำนวณจากส่วนต่างระหว่างค่างวดที่เรียกเก็บในใบแจ้งยอดกับจำนวนเงินที่ได้รับชำระทั้งหมดในรอบบัญชีนั้นๆ คู่กับอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 28 ต่อปี หลังจากนั้น ธนาคารจะนำเงินที่เหลือไปชำระค่าธรรมเนียมใดๆ (ถ้ามี) แล้วจึงจะทำการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นสำหรับงวดถัดๆ ไป

2. ทักษะด้านการให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการในการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆตลอดจนถึงความหลากหลายในการให้บริการของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ซึ่งประกอบด้วย

- การต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน หมายถึง การต้อนรับและอำนวยความสะดวกต่างๆ ของพนักงาน ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และการให้บริการต่างๆ อย่างเต็มใจ รวดเร็ว และประทับใจ
- ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ หมายถึง การที่ผู้กู้สามารถทราบผลการยื่นกู้ หรือได้รับเงินกู้รวดเร็วตามที่ต้องการ เช่น ภายใน 5 ถึง 7 วันทำการหรือเร็วกว่านั้น
- เงื่อนไขการให้กู้เพิ่มเติมภายหลัง หมายถึง การให้ผู้กู้สามารถกู้เพิ่มเติมภายหลังได้หลังจากเป็นผู้กู้ของธนาคารมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือน จำนวนเงินให้กู้เพิ่มเติมเมื่อรวมจำนวนคงเหลือตามสัญญาเดิม ต้องไม่เกิน 2,000,000 บาท สำหรับเจ้าของกิจการ และไม่เกิน 1,000,000 บาท สำหรับพนักงานประจำ สำหรับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และวงเงินสูงสุดไม่เกิน 1,500,000 บาท สำหรับเจ้าของกิจการและพนักงานประจำ สำหรับธนาคารซีทีแบงก์
- ความสะดวกในการชำระเงินกู้ หมายถึง การที่ผู้กู้สามารถชำระหนี้ผ่านบัญชีของธนาคารหรือสามารถชำระผ่านสาขาของธนาคารได้อย่างกว้างขวาง

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เกิดจากการใช้บริการของสินเชื่อบุคคล ด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคาร และความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

4. พฤติกรรม หมายถึง รูปแบบ ลักษณะการให้บริการของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์รวมถึงวัตถุประสงค์ในการกู้ วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ ระยะเวลาการเป็นลูกค้าสินเชื่อบุคคล จำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ช่องทางการชำระเงิน และเหตุผลที่เลือกช่องทางการชำระเงินดังกล่าว

5. สินเชื่อบุคคล หมายถึง สินเชื่ออเนกประสงค์ที่ธนาคารให้กู้โดยไม่ต้องใช้หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน

6. ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ที่อยู่ระหว่างผ่อนชำระกับธนาคารอยู่

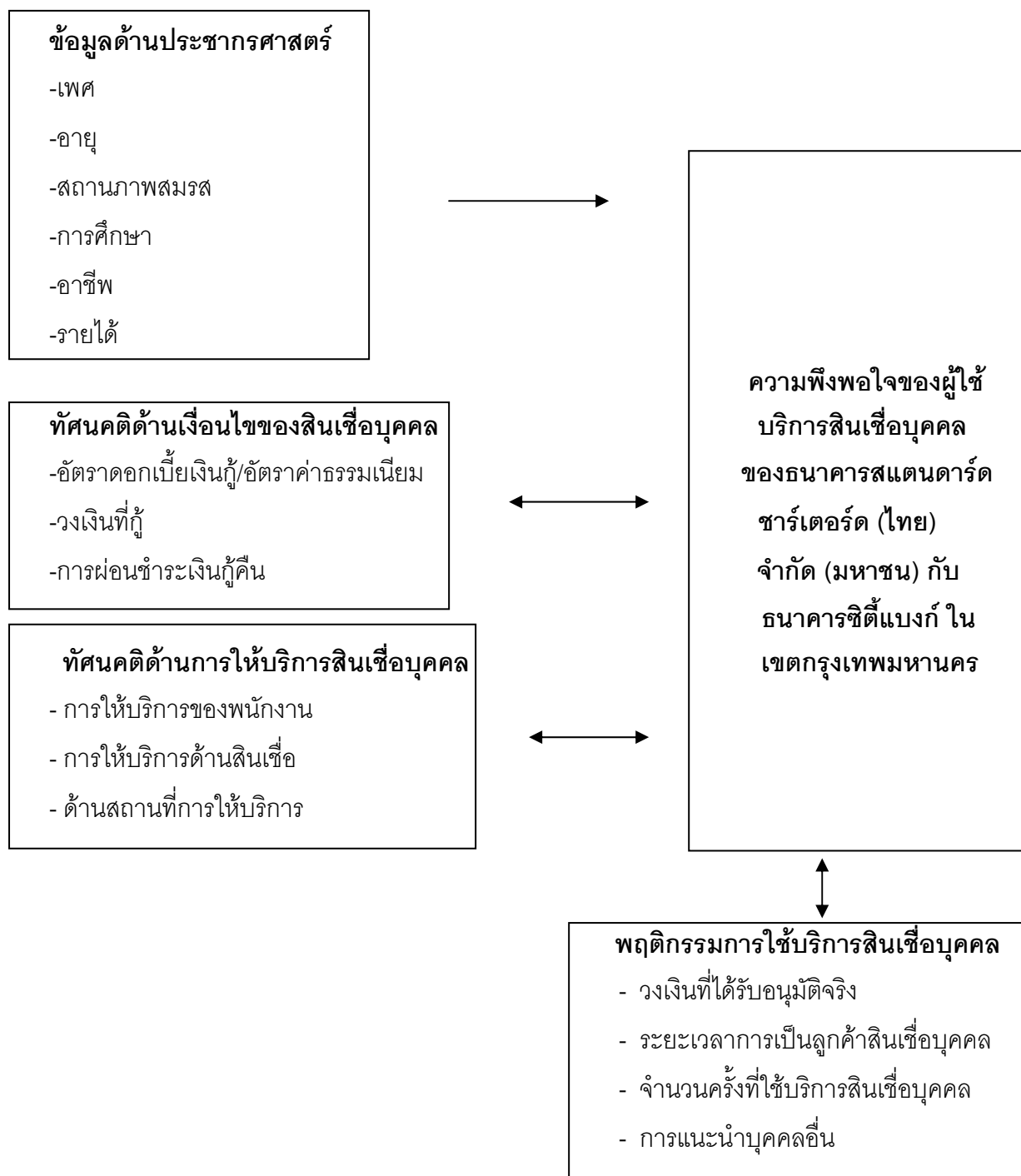
7. เครือข่ายสาขา หมายถึง ช่องทางสาขาเพื่อกระจายให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

8. เงินผ่อนชำระต้องงวด หมายถึง เงินงวดที่กำหนดจ่ายเป็นงวดรายเดือนที่แน่นอนเพื่อชำระหนี้เป็นค่าดอกเบี้ยและค่าเงินต้น

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



## สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้ำที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน
2. ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
3. ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์
5. ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้องและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบในการทำงานวิจัยครั้งนี้ โดยนำเสนอทฤษฎีตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินเชื่อ
6. ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
  - 6.1 ประวัติของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
  - 6.2 ลักษณะและรูปแบบการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
7. ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารซีทีแบงก์
  - 7.1 ประวัติของธนาคารซีทีแบงก์
  - 7.2 ลักษณะและรูปแบบการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์
8. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

จากการศึกษาเอกสารต่างๆ พบว่า นักการตลาดและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ต่างๆ ดังนี้

จอห์น ซี โมเวิน และ ไมเคิล ไมเนอร์ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล.2540 : 190 ; อ้างอิงจาก John C. Mowen;& Michale Minor. 1998 : 267) ได้ให้คำนิยามของทัศนคติไว้ว่าเป็น แกนกลางความรู้สึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น จากคำนิยามนี้จะเห็นได้ว่าทัศนคติในความคิดของคนไทย คือ “ใจ” นั่นเอง เพราะความรู้สึกดังกล่าวดังกล่าวแสดงแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ตระย้ห้อเพราะผู้บริโภคเคยเรียนรู้มาเช่นนั้น นอกจากนั้นเรายังถือว่าทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันเกิดจากตัวบุคคลและมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ของตรา

ยี่ห้อ ข้อเท็จจริงเพิ่มเติมก็คือทัศนคตินั้นยากต่อการเปลี่ยนแปลงและก็ไม่อาจทำนายพฤติกรรมได้ถูกต้องเสมอไป

ชิพแมน และ คานุก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 188 ; อ้างอิงจาก Schiffman;& Kanuk.1994 : 132) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติว่า หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พิจารณาหรือไม่พิจารณาบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

ลาวดอน และ เดล (ดารา ทีปะปาล.2542 : 123 ; อ้างอิงจาก Loudon;& Della Bitta. 1993 : 423) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ (Positive or Negative) ขึ้นชอบหรือไม่ขึ้นชอบ (Favorable or Unfavorable) หรือเห็นด้วยหรือคัดค้าน (Pro or Con) ซึ่งตามนิยามนี้เป็นการมองทัศนคติในแง่ของความรู้สึกหรือปฏิกิริยาที่มีต่อวัตถุ (Object)

แอสเซล (ดารา ทีปะปาล 2542 : 123 ; อ้างอิงจาก Assael. 1998 : 282) ทัศนคติ หมายถึง ความมีใจโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อวัตถุหรือระดับชั้นของวัตถุ ในลักษณะเห็นดีเห็นชอบหรือไม่ชอบอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ เช่น ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ก็หมายถึง ความโน้มเอียงของผู้บริโภคอันเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่จะประเมินตราสินค้าว่าชอบตรานั้นหรือไม่ชอบตรานั้นอย่างสม่ำเสมอคงเส้นคงวา

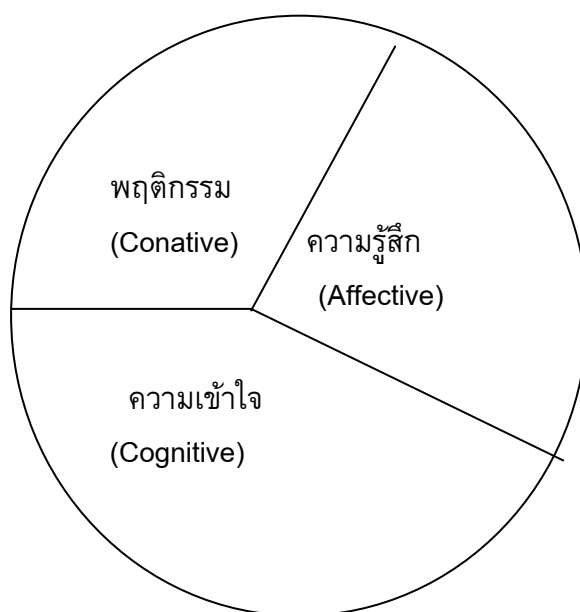
### องค์ประกอบของทัศนคติ

นักจิตวิทยาสังคมส่วนมากเห็นว่า ทัศนคติมองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ และได้สรุปความหมายแต่ละองค์ประกอบของทัศนคติไว้ ดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้จากการประสบกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อกรรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง (Schiffman;& Kanuk.1994 : 657) คุณสมบัติของสิ่งหนึ่งหรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ส่วนของทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman;& Kanuk. 1994 : 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย สภาพที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ได้แก่ ความสุข ความเศร้า ความอาย ความรังเกียจ ความกังวล ความประหลาดใจ การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธีซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้วัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยเกณฑ์ดี – เลว ยินดี – ไม่ยินดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior Component) หมายถึง ส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) (Schiffman;& Kanuk. 1994 : 657) จากบทความนี้ ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นรวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรม อย่างไรก็ตามอย่างหนึ่งสรุปได้ว่าการที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เกิดจากความรู้ ความเชื่อเชิงประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้มีความรู้สึกโน้มเอียงไปในทางชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งนั้นและพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมสอดคล้องต่อความรู้สึกของตนออกมา



ภาพประกอบ 1 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ

ที่มา : Schiffman;& Kanuk. (1994) *Consumer Behavior* . P.285.

### คุณลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจเป็นการแสดงความรู้สึกภายในว่าบุคคลมีความโน้มเอียงพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทั่วไปทัศนคติมีลักษณะดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are s learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่ทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มาความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของ

ทัศนคติ การจูงใจทัศนคติมีคุณภาพที่การจูงใจซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวร สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคต้องที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่างผู้บริโภคมอรรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มอรรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้น ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกมอรรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดีราคาต่ำก็จะซื้อมอรรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับทัศนคติ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย ตัวอย่าง นาย ก. จะรับประทานอาหารกลางวันที่ร้าน McDonald's แต่ไม่รับประทานอาหารเช้าที่ร้าน McDonald's ในกรณีนี้ร้าน McDonald's ต้องอาศัยเวลาและสถานที่ซึ่งทำให้นาย ก. ยอมรับการรับประทานอาหารเช้า สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภคแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพอใจของผู้บริโภคต่อร้าน Fast Food ที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่างๆ เช่น อาหารกลางวัน อาหารเย็น ฯลฯ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อร้าน Fast Food จะขึ้นกับสถานการณ์ในการรับประทานอาหารเช้า

### การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้และการรับรู้จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และส่วนสำคัญที่สามารถทำให้เกิดทัศนคติมีดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Personal Experience) เนื่องจากในชีวิตประจำวันของบุคคลจำเป็นต้องติดต่อสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ รอบตัวตลอดเวลา จึงมีการประเมิณสิ่งใหม่และประเมิณสิ่งเก่าๆ ซากๆ กระบวนการประเมิณเหล่านี้ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาขึ้นเป็นทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่างๆ ขึ้น ตัวอย่างเช่น จากประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคกับพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ และร้านค้าต่างๆ ประสบการณ์เหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างและขัดเกลาทัศนคติที่มีต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด นอกจากนั้นยังมีปัจจัยอื่นๆ อันเกิดจากตัวบุคคลนั่นเองที่มีอิทธิพลต่อการประเมิณวัตถุประสงค์ทางการตลาดโดยตรงที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1.1 ความต้องการ (Needs) เนื่องจากความต้องการของบุคคลนั้นไม่อยู่กับที่ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย แต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา จึงทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปด้วย วัตถุอย่างเดียวกันจะได้รับการประเมินต่างกันในแต่ละช่วงเวลา นั่นคือ มีทัศนคติต่อวัตถุนั้นไม่เหมือนกันเมื่ออายุหรือวัยเปลี่ยนไป

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self concept or Self Image) ซึ่งหมายถึงผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมองตัวเองว่ามีลักษณะอย่างไร เคยเป็นอย่างไรและคาดหวังจะให้เป็นอย่างไรในอนาคต และเมื่อบุคคลเผชิญกับสิ่งเร้าหรือวัตถุทางการตลาดต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลจะไม่รับรู้ทั้งหมด ดังนั้นเมื่อบุคคลเผชิญกับสิ่งเร้าหรือวัตถุทางการตลาดต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น บุคคลจะไม่รับรู้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้และเลือกที่จะแปลความหมายไปตามความคิดของตนเองอีกด้วย ดังนั้นการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ร้านค้าหรืออื่นๆ ว่าตนเองมีความรู้สึกอย่างไร คิดอย่างไรหรือมีที่ท่าอย่างไรต่อสิ่งเหล่านั้น จึงขึ้นอยู่กับแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองที่จะตีค่าต่อสิ่งเหล่านั้นด้วย

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพของบุคคลเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งคู่กับแนวความคิดแห่งตนที่มีอิทธิพลต่อการประเมินวัตถุ บุคลิกที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวก้าวร้าว เชื้อชาเก็บตัว หรือเปิดเผย สิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีผลกระทบต่อการก่อตัวเป็นทัศนคติของบุคคลนั้นทั้งสิ้น

2. การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ (Group Associations) คนเราทุกคนย่อมได้รับอิทธิพลไม่มากนักน้อย จากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ตนเองเข้าไปร่วมอยู่ด้วยเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านทัศนคติ ทัศนคติของเราที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จริยธรรม สวัสดิภาพและสถานการณ์แวดล้อมอื่นๆ ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของกลุ่มที่ตนเองเข้าไปเกี่ยวข้องหรือปรารถนาที่จะเข้าไปร่วมด้วยอย่างมาก กลุ่มที่คุณค่าหรือมีความเชื่อความคิดอย่างไร ก็จะจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติคล้อยตามไปด้วย กลุ่มดังกล่าวได้แก่ครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ ที่ถ่ายทอดกันมา นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคลโดยตรง

3. ปัจจัยอิทธิพลอื่นๆ (Influential others) การก่อตัวของทัศนคติของบุคคลนอกจากเกิดจากแหล่งหลายทางดังกล่าวมาแล้ว ทัศนคติของบุคคลหรือทัศนคติของผู้บริโภค ยังสามารถก่อตัวขึ้นหรืออาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้จากการที่ผู้บริโภคได้เข้าไปติดต่อกับบุคคลที่มีอิทธิพลที่ตนเองยอมรับและศรัทธาอีกด้วย เช่น เพื่อนที่ตนเองนับถือ ญาติพี่น้อง และผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น อย่างเช่นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคการนำลักษณะของอิทธิพลประเภทนี้มาใช้ประโยชน์ทางการตลาด จะเห็นได้ว่าบ่อยครั้งผู้โฆษณาจะนำนายแบบหรือนางแบบ ดาราภาพยนตร์ หรือนักร้องที่เป็นที่ชื่นชอบหรือเป็นขวัญใจมาเป็นพรีเซ็นเตอร์เพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดการคล้อยตามยอมรับ โดยเฉพาะการนำเสนอ

โฆษณาทางโทรทัศน์ที่เรียกว่า “เสี้ยวหนึ่งของชีวิต” (Slice of life) เป็นสื่อการโฆษณา ซึ่งจะมีอิทธิพล  
 จูงใจทัศนคติของผู้ฟังหรือผู้บริโภคได้มากเพราะเป็นการแสดงให้เห็นว่า บุคคลเผชิญกับปัญหาอย่างไร  
 และสามารถนำผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายไปใช้แก้ปัญหาอย่างไร

### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude change) หมายถึง การกำหนดทัศนคติเป็นพื้นฐานที่  
 แท้จริงของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีการเรียนรู้ซึ่งได้รับอิทธิพล  
 จากประสบการณ์ส่วนตัวและแหล่งข้อมูลอื่น บุคลิกภาพจะทำให้เกิดความรู้สึกทั้งการรับความคิดและ  
 อัตราความเร็วซึ่งทัศนคติจะมีเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Strategies of attitude change) คือ การเปลี่ยนแปลง  
 ทัศนคติของผู้บริโภคเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับนักการตลาดซึ่งมีโอกาสที่จะเป็นผู้นำตลาดและมี  
 จำนวนลูกค้าที่มีความนิยมและมีความจงรักภักดี จุดมุ่งหมายที่ใช้ก็คือ สร้างทัศนคติด้านบวกที่มีอยู่  
 ของลูกค้าเอาไว้เพื่อไม่ให้พ่ายแพ้แก่คู่แข่ง วิตุประสงค์ของนักการตลาดคือ การเปลี่ยนแปลง  
 ทัศนคติของลูกค้าของคู่แข่ง และพยายามเอาชนะให้ได้ระหว่างกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่ง  
 จัดหาให้ กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีรายละเอียดดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงหน้าที่การจูงใจขั้นพื้นฐาน (Changing the basic motivational  
 function) กลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตรา  
 สินค้าก็คือ การสร้างความต้องการที่สำคัญใหม่ขึ้นมา วิธีหนึ่งสำหรับการเปลี่ยนแปลงการจูงใจขั้น  
 พื้นฐานก็คือ การศึกษาหน้าที่ (Functional approach) ในกรณีนี้ทัศนคติจะเกี่ยวข้องกับการสร้าง  
 หน้าที่ 4 หน้าที่ดังนี้

1.1 หน้าที่ในการสร้างผลประโยชน์ (Utilitarian function) หน้าที่นี้ยึดหลักว่าส่วนของ  
 ทัศนคติในตราสินค้า เพราะอรรถประโยชน์ของตราสินค้า ถ้าผลิตภัณฑ์ได้ช่วยเหลือเราในอดีตแม้ว่าจะ  
 เป็นวิธีการส่วนน้อยก็จะมีทัศนคติที่พึงพอใจต่องานนั้น ดังนั้นในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้พอใจ  
 ผลิตภัณฑ์โดยแสดงว่าผลิตภัณฑ์สามารถให้ประโยชน์แก่ลูกค้า

1.2 หน้าที่ในการป้องกันอีโก้ (The Ego-defensive function) บุคคลส่วนใหญ่  
 ต้องการป้องกันภาพลักษณ์ส่วนตัวจากความรู้สึกสงสัยที่อยู่ภายใน การโฆษณาเครื่องสำอางและ  
 ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพส่วนตัวเพื่อสนองความต้องการนี้ ในการยอมรับความต้องการจะเพิ่มขึ้นทั้ง  
 ความสัมพันธ์ต่อผู้บริโภคและความน่าจะเป็นของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พึงพอใจโดยการเสนอ  
 ความมั่นใจให้กัน

1.3 หน้าที่ในการแสดงมูลค่า (The Value-experience function) ทักษะเป็นสิ่งที่จะแสดง ความรู้สึกหรือสะท้อนถึงมูลค่าทั่วไป รูปแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภคที่มีทัศนคติด้านบวกต่อการเป็นเจ้าของอุปกรณ์เคเบิลทีวีใหม่ล่าสุด ทักษะที่มีต่อเคเบิลทีวีจะสะท้อนถึงมูลค่าของเคเบิลทีวี ดังนั้น นักการตลาดจะต้องชี้ถึงมูลค่ารูปแบบการดำรงชีวิตหรือบุคลิกลักษณะเหล่านี้ในการโฆษณา

1.4 หน้าที่ในการให้ความรู้ (The Knowledge function) แต่ละบุคคลจะต้องมีความต้องการที่จะทราบและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งของและบุคคลซึ่งเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยซึ่งเรียกว่าเป็น ความต้องการที่จะมีความรู้ของผู้บริโภค (The Consumer's need to know) ความต้องการที่จะเข้าใจ ด้านนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับนักการตลาดในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งตราสินค้าจะพยายามตอบสนองความต้องการที่จะทราบของผู้บริโภคเพื่อปรับปรุงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าโดยอ้างอิงข้อดีที่เหนือกว่าคู่แข่ง

1.5 การรวมหลายหน้าที่ (Combining several function) เนื่องจากผู้บริโภคที่แตกต่างกันอาจจะชอบหรือไม่ชอบผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน โครงสร้างตามหน้าที่เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคจะมีผลประโยชน์อย่างมากในการออกแบบโฆษณา

2. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับกลุ่มเป้าหมาย เหตุการณ์ หรือเหตุผลเฉพาะอย่าง (Associating the product with a special group, event, or cause) ทักษะมีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลหรือเหตุการณ์ทางสังคม จึงเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ บริการ และตราสินค้าโดยระบุถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มสังคม เหตุการณ์หรือเหตุผลเฉพาะอย่าง

3. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่ขัดแย้งกัน 2 ประการ (Relating two conflicting attitude) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่ดีจริงกับทัศนคติที่ขัดแย้ง กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติสามารถออกแบบเพื่อสร้างข้อดีของข้อขัดแย้งระหว่างทัศนคติ โดยเฉพาะถ้าผู้บริโภคมองเห็นว่าทัศนคติที่มีต่อตราสินค้ามีความขัดแย้งต่อทัศนคติอื่นจะถูกจูงใจให้เปลี่ยนแปลงการประเมินในตราสินค้า

4. การเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของโมเดลคุณสมบัติหลายประการ (Altering components of the multi-attribute model) เป็นการประยุกต์ใช้โมเดลทัศนคติคุณสมบัติหลายประการสำหรับกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง โดยพิจารณาถึงกลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดังนี้

4.1 การเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง (Changing the relative evaluation of attributes) ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หลายชนิดมีโครงสร้างซึ่งมีส่วนตลาดของผู้บริโภคที่แตกต่างกันที่ได้รับการจูงใจ สำหรับตราสินค้าซึ่งเสนอรูปแบบหรือความเชื่อที่แตกต่างกัน ตัวอย่างยาแก้ปวดศีรษะมีหลายยี่ห้อ ยาแก้ปวดศีรษะเหล่านี้จะจูงใจตลาดซึ่งมีส่วนของตลาดที่แตกต่างกัน

4.2 การเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือในตราสินค้า (Changing brand beliefs) กลยุทธ์การมุ่งความสำคัญที่ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการมุ่งที่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือหรือการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้า สิ่งนี้นำไปใช้มากในการจูงใจการโฆษณาโดยระบุคำว่า ดีกว่า ดีที่สุด มากกว่า หนึ่งเดียว ทั่วโลก ในคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์

4.3 การเพิ่มคุณสมบัติ (Adding an attribute) โดยการเพิ่มคุณสมบัติซึ่งได้ละเลยมาก่อนหรือ สิ่งซึ่งแสดงการปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

4.4 การเปลี่ยนคะแนนตราสินค้าทั้งหมด (Changing the overall brand rating) เป็นความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงการประเมินตราสินค้าทั้งหมดโดยปราศจากความพยายามที่จะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการประเมินคุณสมบัติตราสินค้าด้านใดด้านหนึ่ง กลยุทธ์นี้ขึ้นกับรูปแบบของข้อความกลยุทธ์ทั่วโลกที่ว่าเป็นตราสินค้าที่ขายได้มากที่สุด หรือเป็นตราซึ่งบุคคลพยายามเลียนแบบหรืออ้างที่คล้ายคลึงกันซึ่งกำหนดตราที่ต่างจากคู่แข่ง

5. การเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือความเชื่อถือของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราสินค้าของคู่แข่ง (Changing beliefs about competitor's brand) กลยุทธ์นี้จะเกี่ยวข้องกับความเชื่อถือของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติตราสินค้าของคู่แข่งหรือชนิดของผลิตภัณฑ์

6. Elaboration Likelihood Model (ELM) กลยุทธ์นี้เสนอทัศนะทั่วโลกที่ว่าทัศนคติของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่แตกต่างกัน 2 ประการ คือ เส้นทางการจูงใจส่วนกลางและเส้นทางการรอบนอก

เส้นทางศูนย์กลาง (Central routes) เป็นส่วนที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เมื่อการจูงใจหรือความสามารถของผู้บริโภคในการประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ในระดับสูง ซึ่งก็คือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคค้นหาข้อมูลที่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อผู้บริโภคเต็มใจที่จะทำความเข้าใจ เรียนรู้ หรือประเมินข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในลักษณะเส้นทางศูนย์กลาง

ในทางตรงกันข้ามเมื่อการจูงใจหรือทักษะในการประเมินของผู้บริโภคต่ำ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นในเส้นทางการรอบนอก (Peripheral routes) โดยปราศจากการมุ่งที่ข้อมูลที่สัมพันธ์กับทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในกรณีนี้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นผลลัพธ์จากการจูงใจ เช่น การแจกของตัวอย่าง คุปอง การใช้ผู้รับรองที่มีชื่อเสียง

ในการศึกษาเรื่องเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีบีแบงก์ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องประสบการณ์โดยตรงของบุคคล การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ รวมไปถึงปัจจัยอิทธิพลด้านอื่นๆ โดยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลที่ตนเองยอมรับและศรัทธา เนื่องจากการที่ผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล

ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จะมีทัศนคติต่อสินเชื่อบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการสินเชื่อบุคคลเองโดยตรง รวมไปถึงบุคคลที่มีอิทธิพลในการแนะนำให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการดังกล่าว

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

สมาคมการตลาดอเมริกัน ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

เกคินี กลันบุศย์ (2540:23) ได้ให้ความหมายของคำว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ รับการบริการ เช่น การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539:8) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพอใจจากผลของการกระทำนั้น

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543:6) ได้กล่าวว่าการบริการ หมายถึง กระบวนการหรือกระบวนการ กิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:334-336) ได้กล่าวว่า บริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า โดยธุรกิจบริการสามารถจัดได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก

ฮอกกิน และคณะ (มสธ. 2539 : 338-339) ได้อธิบายการให้บริการว่า เกิดจากการที่ผู้รับบริการ เกิดจากการเรียนรู้ในการบริการนั้น การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นเกิดจากการได้รับประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้เป็นพฤติกรรมโดนเปลี่ยนจากการไม่เคยรู้จักบริการมาเป็นรู้จักบริการนั้น เปลี่ยนจากการไม่ชอบบริการมาเป็นชอบบริการ เปลี่ยนจากไม่เคยใช้บริการนั้นมาใช้บริการนั้น
2. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร เมื่อรู้จักให้บริการแล้วเกิดความประทับใจ บริการนั้นก็กลับมาใช้บริการนั้นตลอดไปและไม่ใช้บริการที่ไม่ใช่เครื่องหมายทางการค้าหรือบริษัทเดิม

3. การเรียนรู้เกิดจากที่ผู้รับบริการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะโดยตรงด้วยตนเองหรือผู้อื่นบอก

### ลักษณะของงานบริการ

การบริการเป็นกระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยการบริการเป็นสิ่งที่สัมผัส จับต้องได้ยากและโดยทั่วไปการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจึงต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและจากบริการที่เขาจะได้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งผู้ขายจะต้องจัดหาเป็นหลักประกันเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่ที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึที่ดี รวมทั้งมีเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ ควรจะมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่เสนอขาย

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน คือผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริการภายในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา โดยกลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อ

แก้ปัญหาข้อจำกัดเวลาสามารถทำได้โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลา การให้บริการอย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น การจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดี่ยวหรือใช้เครื่องมือต่างๆ เข้าช่วยในการบริการ

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ขายบริการจะต้องมีกระบวนการควบคุมคุณภาพในการบริการ ซึ่งสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบลักษณะ คัดเลือก ฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เพื่อก่อให้เกิดการบริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้าและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาหรือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ตัวอย่าง รถประจำทางในช่วงเวลาเร่งด่วนที่มีผู้โดยสารมาก ต้องใช้รถในการให้บริการมากขึ้น สถานบันเทิงในวันศุกร์ เสาร์ ที่มีผู้ไปใช้บริการมากทำให้เกิดปัญหาการให้บริการไม่เพียงพอ

## หลักการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537: 146) กล่าวว่า การให้บริการควรประกอบด้วย 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ครบวงจรของการบริการแล้วนั้นมิได้มีเพียงขั้นตอนเดียว

3. หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นมาก

4. หลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก กล่าวคือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก และยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการ

กุลธนา นาพงศธร (2530: 303-304) กล่าวว่าไว้ว่า หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย และไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรมากนัก

หลักปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้ (วิเชียร ชันธหัตถ์. 2540; อ้างอิงจาก วีระพล เอี่ยมโสภา. 2547: 25)

1. สถานที่ สะอาด สะดวก สบาย และสวยงาม
2. เตรียมตัวเองให้พร้อมทุกด้าน สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และบุคลิกภาพ
3. ตรงต่อเวลา
4. มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ยิ้ม ทักทาย
5. สามารถให้รายละเอียดแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
6. ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
7. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายให้ลูกค้าเห็น
8. เมื่อมีงานแทรกเข้ามาระหว่างปฏิบัติงาน ถ้าต้องทิ้งงานบริการที่กำลังทำให้ลูกค้า ต้องแจ้งให้ลูกค้าว่าใครจะเป็นผู้ให้บริการแทนตัวเอง
9. เมื่อมีลูกค้าเข้ารับบริการพร้อมกัน ให้หมายเลขตามลำดับก่อน-หลัง และส่งความอาทรถึงลูกค้าที่กำลังรออยู่โดยส่งยิ้ม หรือทักทายเพื่อแสดงว่ายินดีบริการ
10. กรณีเกิดปัญหาขัดแย้งกับลูกค้า ถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตัวเอง ให้นำเข้าพบหัวหน้าหรือพยายามชักจูงไปยังห้องอื่นเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

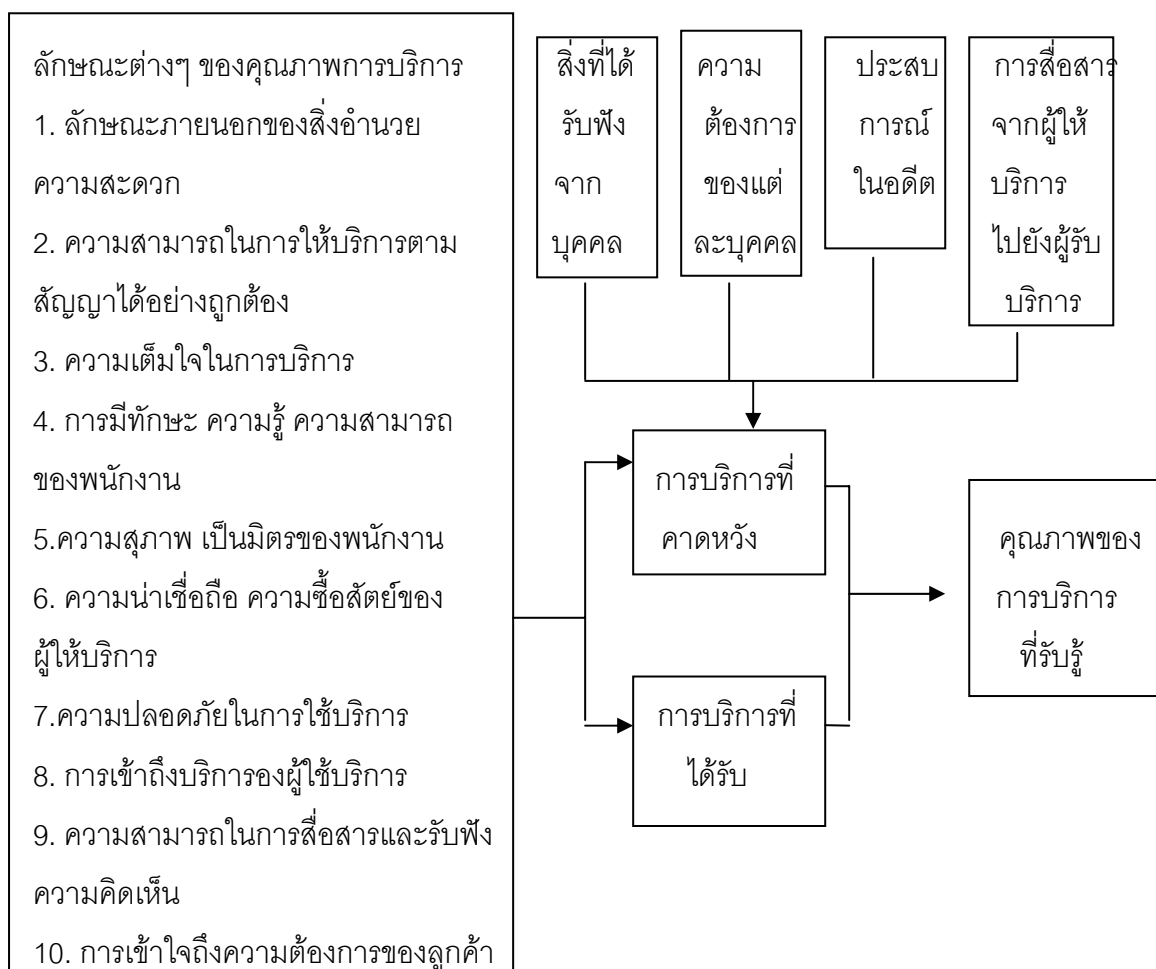
### กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 212-216) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการไว้ดังต่อไปนี้

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. การจัดจำหน่าย 4. การส่งเสริมการขาย และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย 5. บุคคลหรือพนักงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท 6. สถานที่บริการ ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (TQM) 7. กระบวนการให้บริการ มีกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

### คุณภาพบริการ

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality) ของซีทมอลม พาราสุราแมนและเบอริรี่ (Zeithmal; Parasuraman; & Berry. 1990: 18-23) ได้กล่าวว่า Service Quality ในความคิดเห็นของลูกค้าผู้มาใช้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า โดยลูกค้าได้มีการประเมินเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ดังนี้



ภาพประกอบ 2 แสดงการประเมินคุณภาพบริการ

ที่มา:Zeithaml, Parasuraman;& Berry. (1990). *Delivering Quality Service*.P. 18-23.

จากภาพจะพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังในการบริการ (Expected Service) ของลูกค้า คือ

1. สิ่งที่ได้รับฟังจากบุคคลอื่น (Word of Mouth Communication)
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล (Personal Needs)
3. ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience)
4. การสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งรวมถึงการส่งข้อความทั้ง

ทางตรงและทางอ้อมที่ส่งจากผู้ให้บริการไปยังผู้ใช้บริการ เช่น การโฆษณาถึงความเป็นมิตรของพนักงานในการให้บริการ (External Communications)

### เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการ

การบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้นั้นต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นส่วนใหญ่ มิใช่จัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการมีดังนี้

1. ด้านลักษณะที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากรและอุปกรณ์ในการสื่อสาร
2. ด้านความสามารถในการให้บริการตามสัญญาได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ
3. ด้านความเต็มใจในการให้บริการและช่วยเหลือลูกค้า
4. ด้านการมีทักษะ ความรู้และความสามารถของพนักงานในการบริการ
5. ด้านความสุภาพ ความเป็นมิตรของพนักงาน
6. ด้านความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ
7. ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ
8. ด้านการเข้าถึงการบริการของผู้ใช้บริการ
9. ด้านความสามารถในการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ
10. ด้านการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าโดยช่องว่างหรือความแตกต่างระหว่างการคาดหวังในการบริการ (Expected Service) กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ (Perceived Service) จะเป็นคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality)

### ความสำคัญของการให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้นักพอใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน

การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ

การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่างๆ คือ

1. การต้อนรับและการเอาใจใส่
2. การให้บริการทางโทรศัพท์
3. การบริการขายหน้าร้าน

4. การให้บริการภายในสำนักงานหรือร้านค้า
5. การบริการภายหลังการขาย
6. การบริการสำหรับพนักงานช่าง
7. ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแองกัจัดได้ว่าเป็นธุรกิจด้านการบริการทางการเงิน ซึ่งกลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมการตลาดที่ทางผู้วิจัยได้ใช้ในศึกษา คือ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการด้านสินเชื่อ และด้านการบริการของพนักงาน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีผลต่อความพึงพอใจ

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Satisfaction โดยได้มีผู้ให้ความหมายดังต่อไปนี้

วรูม (Vroom.1964 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

มอส (Morse.1958 : 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลงความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เมนาร์ ดับบริล เชลลี่ (Maynard W.Shelly.1964 : 9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

## ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งช่วยทำให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ (สาโรช ไสยสมบัติ.2534 : 15)

ยิ่งกว่านั้นการให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้ายังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัทลูกค้าจะเกิดความประทับใจซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (ไทยประกันชีวิต จำกัด.2539 : 7)

## การวัดความพึงพอใจต่อบริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ.2534 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง
2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการ และหลังการรับบริการ จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถที่จะวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ

## ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้นสามารถพิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงสถานที่ตั้ง และการเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ

5. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย เวเบอร์ (Weber.1966 :32) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอเป็นพิเศษ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

### ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

มิลเลต (Millet.1954 : 397) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Services) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Services) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่ตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เมย์นาร์ด ดัลเบ็ลยู เชลล์ (ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์.2538 : 9; อ้างอิงจาก Maynard W. Shelly) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปคือ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ ( สาโรช ไสยสมบัติ. 2534 : 39 )

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอรับรองหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นเป็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามอาจถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะช่วยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์ นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ได้โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการมารับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจึงจะสามารถประเมินถึงระดับความความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการอย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการบริการนั้นสามารถทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าของบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มาเป็นแนวทางในการวิจัย เนื่องจากการใช้บริการด้านต่างๆ หรือการบริการที่มีความหลากหลายมีผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจได้ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ใช้บริการได้สัมผัสและรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับโดยตรง

## แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาดซึ่งอาจกล่าวได้ว่าทุกคนคือผู้บริโภคและทุกคนไม่จำเป็นที่จะต้องบริโภคผลิตภัณฑ์เหมือนกัน ผู้บริโภคอาจต้องการผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีขายในตลาด แต่ผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกใจต่อเมื่อกิจการได้ตระหนักถึงความต้องการและผลิตภัณฑ์นั้นออกจำหน่าย ผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตนเองและครอบครัว หรือซื้อสินค้าเพื่อสร้างความพอใจให้กับกลุ่มสังคมที่ตนอาศัยอยู่ แต่อย่างไรก็ตามในแง่ของนักการตลาดไม่สามารถจะสรุปว่าทุกคนคือ

ผู้บริโภคของกิจการ ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องกำหนดองค์ประกอบของผู้บริโภคที่จะเลือกเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย

### องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย

องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย 4 ประการ คือ

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)

ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

#### 1. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)

ความต้องการที่วุ่นต้องเป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) คือ เป็นความต้องการที่มีอยู่ในตัวผู้บริโภคโดยไม่จำเป็นต้องเห็นตัวผลิตภัณฑ์ก่อน แต่เมื่อไรที่ผู้บริโภคมีความต้องการและแสวงหาสินค้ามาตอบสนองความต้องการนี้จัดเป็นความต้องการขั้นทุติยภูมิ (Secondary needs)

#### 2. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)

ความต้องการอย่างเดียวไม่ทำให้เกิดการซื้อ แต่ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วยนั่นคือ มีเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์มาสนองความต้องการของตน ดังนั้นการวางแผนการตลาดของกิจการจะต้องทำการผลิต ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดีสำหรับกิจการด้วย

#### 3. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)

พฤติกรรมการซื้อถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของผู้บริโภคเพราะนักการตลาดจะต้องรักษาถึงความเต็มใจหรือความพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เพราะอาจจะซื้อผลิตภัณฑ์ของคุณแข่งขันหรือซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นได้ ดังนั้นกิจการต้องทราบพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ

3.1 ใครเป็นผู้ซื้อ เป็นผู้ที่ทำการซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อกิจการสามารถทำการวางแผนการตลาดได้ว่ากิจการต้องทำการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายใด

3.2 ซื้อเมื่อใด เป็นการมองเห็นโอกาสในการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งขึ้นอยู่กับอัตราการบริโภคฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น ธนาคารจะไม่ปิดบริการตอนเที่ยงเพราะธนาคารทราบว่าลูกค้านิยมมาใช้บริการตอนเที่ยง

3.3 ซื้ออย่างน้อยเพียงใด เป็นการพิจารณาถึงปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เช่น ขนาดของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการบริโภค

3.4 ซื้อบ่อยแค่ไหน เป็นการพิจารณาความถี่ในการซื้อของผู้บริโภค

3.5 เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อคืออะไร เช่น คุณภาพราคาหรือขนาดและมีมาตรการเร่งรัดแบบใด

3.6 อำนาจซื้อของผู้บริโภค เป็นการศึกษว่าผู้บริโภคมีเงินที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค

#### 4. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

พฤติกรรมของผู้บริโภคนี้จะเป็นการศึกษาถึงลักษณะการบริโภค คือ

4.1 ใครเป็นผู้ใช้ เป็นการศึกษว่าใครคือผู้บริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์นั้น เช่น เด็ก พ่อแม่ คนรับใช้

4.2 ใช้เมื่อใด เป็นการพิจารณาโอกาสในการบริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ใช้เป็นฤดูกาล

4.3 ใช้มากน้อยเพียงใด เป็นการพิจารณาทั้งปริมาณการบริโภคหรือการใช้ผลิตภัณฑ์

4.4 ใช้ที่ไหน เป็นการพิจารณาถึงความเหมาะสมในการบริโภคหรือการใช้ผลิตภัณฑ์

4.5 แรงจูงใจในการซื้อเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมการซื้อแบบใช้อารมณ์หรือเหตุผลเพราะลักษณะการซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วยตัวกระตุ้นและแรงจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์

### ความหมายของพฤติกรรมการบริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 7) กล่าวว่าไว้ว่าผู้บริโภค คือบุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to buy) หรือทุกคนที่มีเงิน นอกจากนั้นในทัศนะของนักการตลาดผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to buy) สินค้าหรือบริการด้วยลักษณะอื่นๆ ของผู้บริโภคก็คือผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ประโยชน์ส่วนตัว และในขณะเดียวกันก็ยังมีผู้บริโภคอีกหลายร้อยหลายพันคนซื้อไปเพื่อขายต่อหรือใช้ในการผลิตด้วย

ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภคเป็นแกนกลางของการศึกษาระบบตลาด และการพัฒนาทฤษฎีทางการตลาด บทบาทของผู้บริโภคมีความสำคัญในปัจจุบันมากกว่าที่เคยเป็นมาตั้งแต่ก่อน ทั้งนี้เนื่องจากตลาด มีหลายส่วนที่แตกต่างกันจำนวนมากขึ้นทุกที การตลาดเริ่มต้นและจบลงที่ผู้บริโภค ระบบตลาดทั้งระบบจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย ถ้าสามารถทำให้สอดคล้องกับความคาดหวังโดยการจัดสร้างสินค้าหรือบริการ และส่งให้แก่ผู้บริโภคโดยกระบวนการทางการตลาด (อดุลย์. 2543 : 1)

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 : 29) ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

พฤติกรรมผู้บริโภคอาจให้คำจำกัดความได้ว่าเป็น “ปฏิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิริยาต่างๆ เหล่านั้น” คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ เราอาจแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ปฏิริยาของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่ง การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเองและหรือเพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเช่น ครอบครัว เราพิจารณาหน่วยบริโภคว่ารวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนซื้อของครอบครัวและบุคคลที่ซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นด้วย อย่างไรก็ตามเราไม่พิจารณาถึงการที่บุคคลซื้อให้กับองค์การธุรกิจ หรือสถาบันต่างๆ

3. รวมถึงกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิริยาต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อปฏิริยาทางการตลาด เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย สื่อโฆษณา และการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกต่างๆ และปฏิริยาต่างๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากการระบุและพิจารณาทางเลือกต่างๆ เป็นอย่างดีแล้ว สรุปในที่นี้ก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงว่าบุคคลผู้บริโภคบริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้างที่สินค้าและบริการได้รับการบริโภค

แต่ก่อนมานักการตลาดส่วนมากมักจะสนใจแต่เฉพาะพฤติกรรมการซื้อเนื่องจากนักการตลาดใช้ยอดขายเป็นตัววัดความสำเร็จทางการตลาด อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้นักการตลาดส่วนใหญ่เพิ่มความสนใจและยอมรับว่าการที่จะรักษาระดับยอดขายให้คงอยู่ได้เป็นระยะเวลายาวนานนั้น นักการตลาดจะต้องพิจารณาพฤติกรรมการซื้อให้กว้างกว่านั้น คือ ต้องพิจารณากิจกรรมก่อนที่จะมีการซื้อและพฤติกรรมการซื้อรวมเข้าไปด้วย ทั้งนี้เพราะกิจกรรมเหล่านี้กระทบต่อยอดขายโดยตรง

เมื่อเป็นเช่นนั้นการซื้อจึงเป็นแต่เพียงขั้นตอนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคเท่านั้น ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกต้องจะต้องเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจโดยใช้ความคิดรวมทั้งปฏิริยาทางร่างกายด้วย (อดุลย์. 2543 : 5-6)

### ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

วัตถุประสงค์ของกิจกรรมทางการตลาด คือ การพยายามกระตุ้นให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของกิจการแทนที่จะไปเลือกซื้อของคู่แข่งกัน ความสำเร็จของการตลาดจะเกิดขึ้นได้ก็โดยการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคและการระมัดระวังในการแบ่งส่วนตลาดเพื่อเลือกตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันและความแตกต่างสัมพันธ์โดยตรงกับความต้องการในตลาด ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้นักการตลาดเข้าใจได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเกิดขึ้นได้อย่างไรและทำไม และสามารถใช้เกณฑ์ที่เหมาะสมเป็นตัวแบ่งสัดส่วนของผู้บริโภคได้ถูกต้องและเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจเพื่อจะได้ไปดำเนินการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค

โดยธรรมชาติของมนุษย์ จะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา จะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะขั้นตอนหรือกระบวนการเรียกว่ากระบวนการของพฤติกรรม (Process of behavior) และกระบวนการของพฤติกรรมของมนุษย์จะมีลักษณะคล้ายกัน 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) หมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดและสิ่งซึ่งเป็นสาเหตุ คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง
2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจ หรือ แรงกระตุ้น (Behavior is motivated) นั่นคือ เมื่อคนมีความต้องการเกิดขึ้นแล้วคนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นนั้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal – directed) ซึ่งหมายความว่า การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมานั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทางตรงกันข้าม กลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyze Consumer Behavior)

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถใช้กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถจะตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณและคณะ 2546 : 194)

ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

| คำถาม(6 WS และ 1H)                                       | คำตอบที่ต้องการทราบ (7'Os)                                                                                                                                                                                     | กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?) | ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชากรศาสตร์</li> <li>2. ภูมิศาสตร์</li> <li>3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์</li> <li>4. พฤติกรรมศาสตร์</li> </ol>              | กลยุทธ์การตลาด(4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What dose the consumer buy ?)      | สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation) | กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตภัณฑ์หลัก</li> <li>2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม</li> <li>3. ผลิตภัณฑ์ควบ</li> <li>4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง</li> </ol> ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานและภาพลักษณ์ |

ตาราง 1 (ต่อ)

| คำถาม (6 WS และ 1 H)                                                           | คำตอบที่ต้องการทราบ (7'O's)                                                                                                                                                                                                                                                               | กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ<br>(Why dose the consumer buy ?)                       | วัตถุประสงค์ในการซื้อ<br>(Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อ<br>สนองความต้องการของเขาในด้าน<br>ร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้อง<br>ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ<br>พฤติกรรมการซื้อ คือ<br>1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง<br>จิตวิทยา<br>2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม<br>3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล | กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ<br>1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์<br>(Product strategies)<br>2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด<br>(Promotion strategies) ประกอบ<br>ด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขาย<br>โดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการ<br>ขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์<br>3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price<br>strategies)<br>4. กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย<br>(Distribution channel strategies) |
| 4. ใครมีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจซื้อ<br>(Who participates in<br>the buying ?) | บทบาทของกลุ่มต่างๆ<br>(Organizations) มีอิทธิพลในการ<br>ตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย<br>11. 1. ผู้ริเริ่ม<br>12. 2. ผู้มีอิทธิพล<br>3. ผู้ตัดสินใจซื้อ<br>4. ผู้ซื้อ<br>5. ผู้ใช้                                                                                                              | กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การ<br>โฆษณาและ (หรือ) กลยุทธ์การ<br>ส่งเสริมการตลาด (Advertising and<br>Promotion strategies) โดยใช้กลุ่ม<br>อิทธิพล                                                                                                                                                                                                                |
| 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด<br>(When dose the consumer buy ?)                      | โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น<br>ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูกาล<br>ใดของปี ช่วงวันใดของเดือน<br>ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ<br>หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ                                                                                                                               | กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การ<br>ส่งเสริมการตลาด (Promotion<br>strategies) เช่น ทำการส่งเสริม<br>การตลาดเมื่อใด จึงสอดคล้องกับ<br>โอกาสในการซื้อ                                                                                                                                                                                                               |

ตาราง 1 (ต่อ)

| คำถาม (6 WS และ 1 H)                                      | คำตอบที่ต้องการทราบ (7'O's)                                                                                                                                                                                                                      | กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน<br>(Where dose the consumer buy ?) | ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า สวณจตุจักร ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ                                                                                       | กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร                                                                                                                  |
| 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร<br>(How dose the consumer buy ?)  | ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การรับรู้ปัญหา</li> <li>2. การค้นหาข้อมูล</li> <li>3. การประเมินผลทางเลือก</li> <li>4. การตัดสินใจซื้อ</li> <li>5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ</li> </ol> | กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ |

ที่มา : ศิริวรรณ;และคณะ. (2546). *decision making*. หน้า 194. (อ้างอิงจาก Schiffman;& Kanuk. (2000).P.7)

### พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) จึงเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอน เงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหา

ความนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังจากการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามามีทางเลือก คือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมนมปั่น

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟร์โมสต์ เมจิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใด หรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลา เช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกกว่าจะซื้อหนึ่งกล่องหรือหนึ่งโหล

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

(Factors Influencing Consumer's Buying Behavior)

#### ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคจะเริ่มจากสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ ปัจจัยภายในของบุคคลได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการตระหนักรู้

1. ความต้องการ คือ ความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1.1 ความต้องการที่เด่นชัด เป็นความต้องการที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อได้ง่าย

1.2 ความต้องการทางร่างกาย เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอด ได้แก่ อาหาร บ้าน ยารักษาโรค หรือความต้องการทางด้านจิตใจ เช่น ความปลอดภัย

1.3 ความต้องการที่เกิดขึ้นจากตัวผู้บริโภค เป็นความต้องการที่สังคมต้องการใช้เกิดขึ้นในตัวผู้บริโภค

ดังนั้น นักการตลาดต้องคำนึงไว้ว่าความต้องการเป็นสิ่งที่สร้างไม่ได้ แต่ความต้องการเป็นสิ่งที่สามารถปลูกเร้ากระตุ้นได้

2. แรงจูงใจ เป็นสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคลและผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น และเป็นแรงจูงใจที่สร้างอยู่บนรากฐานของความต้องการ เมื่อไรที่ผู้บริโภคมีแรงจูงใจแล้วความต้องการก็จะได้รับการตอบสนอง เพราะว่าคนเมื่อเกิดแรงจูงใจ ก็เกิดสภาวะไม่สบายใจ (Discomfort)

3. บุคลิกภาพ ประกอบไปด้วยลักษณะทัศนคติและอุปนิสัยของบุคคลที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อของบุคคล การพิจารณาจากบุคลิกภาพจะพิจารณาจากความเชื่อมั่นในตนเอง ลักษณะความเป็นผู้นำ ความมั่นคงทางอารมณ์ การเข้าสังคม การปรับตัว ความมีระเบียบวินัย และความมีอำนาจ

4. การรับรู้ จะเกิดจากการที่บุคคลถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจปฏิบัติ บุคคลจะมีการรับรู้แตกต่างกันถึงแม้ว่าจะถูกกระตุ้นอย่างเดียวกัน และสถานการณ์อย่างเดียวกัน ลักษณะการรับรู้จะขึ้นอยู่กับ

ลักษณะของสิ่งกระตุ้น (สิ่งเร้า)

ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นกับสิ่งรอบตัวบุคคล

สภาพภายในบุคคล

การรับรู้ของผู้บริโภคแต่ละคนจะแตกต่างกัน เพราะผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในเรื่องของร่างกาย ดังนั้นกิจกรรมจำเป็นต้องทราบถึงการรับรู้ของผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วกิจกรรมมักสนใจการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับจินตภาพทางด้านผลิตภัณฑ์และกิจการว่ามีความคิดเห็นต่อสิ่งเหล่านี้อย่างไร เพราะจินตภาพจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ถึงความต้องการของตน จินตภาพที่เกี่ยวข้องต่อการรับรู้ได้แก่

4.1 จินตภาพทางด้านผลิตภัณฑ์ เป็นความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกความหมายในการซื้อผลิตภัณฑ์ได้

4.2 จินตภาพของตราสินค้า เป็นความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าและสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจว่าชอบและตัดสินใจตราสินค้าใด

5. ทัศนคติ เป็นการประเมินผลการรับรู้ที่พอใจหรือไม่พอใจหรือของบุคคลที่เป็นความรู้สึกด้านอารมณ์ และจะมีแนวโน้มการปฏิบัติต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติจะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคเพราะทัศนคติมีผลกระทบต่อการเลือกซื้อ การเรียนรู้ และการตัดสินใจ ทัศนคติ ประกอบด้วย

5.1 ส่วนประกอบของความรู้ เป็นการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ถูกต้องจะทำให้หาข้อมูลที่ต้องการด้วย

5.2 ส่วนประกอบของการแสดงความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการประเมินผล และถ้าต้องการให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีกิจการจำเป็นต้องเสนอสิ่งดึงดูดที่ถูกต้องและต้องชักจูงใจให้กิจการใช้เกณฑ์ที่ถูกต้อง

5.3 พฤติกรรม เป็นการแสดงออกของบุคคลในพฤติกรรมต่างๆ และจะมีความแตกต่างในแต่ละบุคคล เพราะพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งต่างๆ ดังนี้

5.3.1 สาเหตุที่ทำให้เกิดนั้นคือความต้องการของผู้บริโภค

5.3.2 สิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

5.3.3 เป้าหมายนั้นคือสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้

6. การเรียนรู้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้แสดงพฤติกรรมแล้ว และเกิดขึ้นโดยผ่านสิ่งต่างๆ คือ แรงขับภายใน สิ่งเร้า ตัวเร่งให้เกิดพฤติกรรมการตอบสนองและแรงขับเสริมอื่นๆ การเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ได้ใน 3 ลักษณะ คือ

6.1 ด้านความรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการไม่รู้ข้อมูลมาเป็นการรับรู้ข้อมูล หรือจากที่รับรู้น้อยมาเป็นรับรู้มากขึ้น

6.2 ด้านความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกจากไม่ชอบเป็นชอบหรือจากชอบน้อยมาเป็นชอบมาก

6.3 ด้านทักษะ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกี่ยวกับความชำนาญ คือ จากสิ่งที่ทำไม่เป็นมาทำเป็นหรือจากที่เป็นน้อยมาทำให้คล่องขึ้น หรือจากที่ไม่ยอมทำอะไรมาเป็นลงมือทำ

### ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ปัจจัยภายนอกประเด็นใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ

1. อิทธิพลทางเศรษฐกิจ เป็นการพิจารณาถึงโอกาสทางเศรษฐกิจ จะทำให้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเป็นไปตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ และจะมีอิทธิพลต่อการเลือกและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้แก่

1.1 รายได้ เป็นปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่สำคัญมาก เพราะถือว่าเป็นแหล่งของอำนาจซื้อ เช่น รายได้ส่วนบุคคลจะเป็นรายได้ของผู้บริโภค และการเสียภาษี

1.2 แนวโน้มในการบริโภคและการออมของผู้บริโภค เป็นการพิจารณาถึงแนวโน้มของการบริโภคจะมีมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับรายได้

1.3 ขนาดของครอบครัวรายได้ เป็นการพิจารณาถึงจำนวนคนในครอบครัว เพราะจะมีผลต่ออัตราการบริโภคหรือการใช้ผลิตภัณฑ์และยังต้องคำนึงถึงรายได้ที่ครอบครัวได้ เพราะจะมีผลต่อการซื้อได้

1.4 การเป็นเจ้าของทรัพย์สินที่สามารถนำมาเปลี่ยนเป็นเงินได้โดยง่าย เช่น ที่ดิน หุ่นทองคำ เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการบริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้ง่ายกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีทรัพย์สินอะไร

1.5 การให้สินเชื่อ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ และยังช่วยให้ผู้จำหน่ายขายสินค้าได้มากขึ้น

2. อิทธิพลทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ได้แก่

2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มคนที่มิใช่ผู้เอาเยี่ยงอย่างหรือนิยมชมชอบในเรื่องรสนิยม การแต่งกาย การใช้การกิน การอาศัย ความคิดเห็น และงานอดิเรก เป็นต้น กลุ่มอ้างอิง ได้แก่

2.1.1 ผู้ที่พบปะกันเป็นประจำ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน

2.1.2 กลุ่มที่มีความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่ ดาราภาพยนตร์ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง

2.1.3 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์หรือเป็นสมาชิก

2.1.4 กลุ่มที่มีผู้ต้องการจะเลียนแบบ

2.1.5 กลุ่มที่มีผู้ปฏิเสธพฤติกรรม

2.2 ครอบครัว ประกอบด้วย พ่อ แม่ และลูก แต่การตัดสินใจจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ บทบาท และความสัมพันธ์ภายในครอบครัว

3. อิทธิพลทางวัฒนธรรม เป็นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าถูกต้องหรือไม่ ตามความเชื่อ แบบการดำเนินชีวิต การแต่งกาย เป็นต้น จะประกอบด้วย

3.1 วัฒนธรรมย่อย มีรากฐานมาจาก

3.1.1 กลุ่มเชื้อชาติ เช่น ไทย จีน อังกฤษ ทำให้กิจกรรม ความชอบ รสนิยม และการบริโภคต่างกัน

3.1.2 กลุ่มศาสนา แต่ละศาสนาจะมีความชอบ และข้อห้ามต่างกันซึ่งจะส่งผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์

3.1.3 สปีชีส์ เช่น ผิวขาว ดำ เป็นต้น จะมีแบบของวัฒนธรรมต่างกัน

3.1.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ จะมีรูปแบบดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน และทำให้มีอิทธิพลต่อการบริโภคต่างกันด้วย

3.2 ชั้นทางสังคม เป็นตัวกำหนดว่าผู้บริโภคมีความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ความสนใจ การใช้จ่ายเงิน และพฤติกรรมคล้ายกับบุคคลอื่นๆ ในสังคมเดียวกัน

4. อิทธิพลทางธุรกิจ เป็นสิ่งกระตุ้นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่สร้างการดึงดูดใจผู้บริโภคโดยผ่านการโฆษณา การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขายและวิธีอื่นๆ ที่ใช้เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

จากปัจจัยภายนอกเหล่านี้ผู้บริโภคไม่สามารถควบคุมอิทธิพลทางสภาวะแวดล้อม เช่นเดียวกับที่ผู้บริโภคไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายใน ผู้บริโภคไม่สามารถทราบถึงตัวแบบของพฤติกรรมของสมาชิกในครอบครัว กลุ่มสังคม และวัฒนธรรม ในระยะสั้นอาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมน้อยมาก สภาวะแวดล้อมจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคก็ต่อเมื่อผู้บริโภคประสบกับปัญหาจากอิทธิพลของสภาวะแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้การสังเกต และพยายามทำความเข้าใจสภาวะแวดล้อมนั้น ถ้าผู้บริโภคยอมรับอิทธิพลของสภาวะแวดล้อมนั้น รวมทั้งข่าวสารที่ได้รับมาก็จะมีผลต่อความต้องการ การสนใจและทัศนคติของผู้บริโภคได้

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ เนื่องจากการให้บริการสินเชื่อบุคคลจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร ประเภทของสินเชื่อที่มาขอใช้บริการ วัตถุประสงค์ของการขอสินเชื่อ ผู้ที่มีส่วนตัดสินใจในการขอสินเชื่อ โอกาสในการใช้บริการสินเชื่อ สถานที่ที่ให้บริการทางด้านสินเชื่อ และกระบวนการขอสินเชื่อ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสำคัญที่สามารถตอบสนองของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินเชื่อ

คำว่าสินเชื่อถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนชนิดหนึ่ง ถึงแม้ว่าสินเชื่อจะไม่ใช่งินตรา (Money) ก็ตาม แต่ก็ยอมรับว่าใกล้เคียงเงินตรามากที่สุดตามที่สากลทั่วไปยอมรับ การที่สินเชื่อเข้ามาเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการหรือการกู้ยืมเงินนั้นทำให้เกิดความผูกพันและความสัมพันธ์ในทางธุรกิจซึ่งอาจเป็นบุคคลต่อบุคคล บุคคลต่อธุรกิจ บุคคลต่อรัฐบาลหรือธุรกิจต่อรัฐบาลก็ได้ ดังนั้น การให้สินเชื่อจะเกิดขึ้นก็เพื่อมีความเชื่อถือเป็นหลัก

ดารณี พัทธวิบูลย์. (2531 : 1) ได้ให้ความหมายของคำว่าสินเชื่อว่าจะหมายถึง ความเชื่อและความไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายในการที่จะให้สินค้าและบริการไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขเวลาการชำระหนี้คืนในอนาคต

ชนินทร์ พิทยาวิธิ. (2533 : 33) สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อโดยมีวิวัฒนาการมาจากระบบเศรษฐกิจที่ใช้สิ่งของแลกเปลี่ยน เรียกระบบเศรษฐกิจในช่วงนี้ว่า “Barter Economy” ต่อมาได้พัฒนาเข้าสู่ระยะที่มนุษย์ได้หาวิธีเพื่อให้เกิดความสะดวกในการแลกเปลี่ยน โดยนำวัตถุหรือแร่ธาตุมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนโดยเรียกวัตถุนั้นว่า “เงินตรา” (Money)

### การบริหารงานสินเชื่อโดยทั่วไป

ดารณี พัทธวิบูลย์ 2531 : 7-14 กล่าวว่า การจัดการสินเชื่อเริ่มตั้งแต่การพิจารณาปล่อยสินเชื่อจนถึงการเรียกเก็บหนี้ ซึ่งจะมีแนวโน้มของการจัดการสินเชื่อเพื่อให้มีประสิทธิภาพดังนี้

1. การบริหารสินเชื่อต้องมีกระบวนการบริหารไปตามหลักการบริหารทั่วไป คือ มีการวางแผน (Planning) การจัดสายงาน (Organization) การปฏิบัติการให้สอดคล้องกับเป้าหมายของนโยบายของธนาคาร
2. การบริหารงานสินเชื่อ จำเป็นต้องคำนึงถึงเป้าหมายหลักของกิจการก่อนที่จะกำหนดเป้าหมายของการบริหารสินเชื่อจะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของกิจการธนาคาร คือ การรักษาสภาพคล่อง และเป้าหมายในการทำกำไร
3. การบริหารสินเชื่อต้องคำนึงถึงความร่วมมือและประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ ขององค์กรด้วย
4. ผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานสินเชื่อต้องมีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
5. การบริหารงานสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพผู้บริหารต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารสินเชื่อเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การกำหนดแผนงานโครงการ และการกำหนดหน่วยงานแต่ละบุคคล

### เงื่อนไขสินเชื่อเพื่อการบริโภคของสถาบันการเงิน

เงื่อนไขสินเชื่อเพื่อการบริโภคของธนาคารพาณิชย์ ธนาคารภาครัฐ บริษัทเงินทุน และสหกรณ์มีเงื่อนไขเงินกู้คล้ายกัน ได้แก่

1. เงื่อนไขเกี่ยวหลักประกัน สถาบันการเงินจะกำหนดหลักประกัน ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือทรัพย์สิน

2. เงื่อนไขเกี่ยวกับวงเงินกู้และงวดเวลาผ่อนส่ง สถาบันการเงินจะกำหนดวงเงินกู้และงวดผ่อนส่งโดยพิจารณารายได้ของผู้ขอสินเชื่อ โดยจะกำหนดวงเงินและงวดเวลาผ่อนส่งในจำนวนที่ผู้ขอสินเชื่อจะผ่อนชำระต่อเดือนประมาณ 1 ใน 3 ของรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้เพื่อมิให้เป็นภาระต้องงวดแก่ผู้ขอสินเชื่อจนเกินไป ซึ่งถ้าต้องผ่อนส่งในจำนวนมาก อาจจะไม่สามารถผ่อนส่งครบจำนวนงวดตามที่กำหนดก็ได้และปัญหาในการเรียกเก็บและติดตามหนี้ก็จะตามมา

3. เงื่อนไขเกี่ยวกับการผ่อนชำระ กำหนดเงื่อนไขการผ่อนชำระ 3 ลักษณะ โดย 2 ลักษณะแรกเป็นวิธีที่นิยมปฏิบัติในสถาบันการเงินในระบบมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ชำระเงินต้นเท่ากันทุกงวดโดยดอกเบี้ยคิดจากยอดค้างชำระ ซึ่งทำให้เงินรวมผ่อนต้องงวดไม่เท่ากัน

3.2 ชำระเงินรวมผ่อนต้องงวดเท่ากันโดยดอกเบี้ยคิดจากยอดค้างชำระซึ่งทำให้เงินต้นและดอกเบี้ยแต่ละงวดไม่เท่ากัน

3.3 ชำระเงินต้นเท่ากันทุกงวดและดอกเบี้ยก็จะผ่อนเท่ากันทุกงวดเช่นกัน โดยคิดดอกเบี้ยจากยอดเงินต้นคงที่ ซึ่งทำให้เงินรวมผ่อนรายงวดก็จะเท่ากันทุกงวดด้วย

เงื่อนไขการผ่อนส่งของสินเชื่อเพื่อการบริโภคในข้อ 3.1 กับข้อ 3.2 อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงจะเท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่ตกลงกัน ส่วนกรณีที่ 3.3 ซึ่งนิยมใช้ในตลาดการเงินนอกระบบนั้น อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงจะมากกว่าดอกเบี้ยที่ตกลงกัน

4. เงื่อนไขอื่นๆ ที่ต้องกำหนด ได้แก่ กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน สถานที่การเก็บรักษาทรัพย์สิน ตลอดจนเงื่อนไขที่จะปฏิบัติเมื่อผู้กู้ผิดนัดชำระเงิน

4.1 กรรมสิทธิ์ กรณีที่นำเงินสดที่ได้จากสินเชื่อไปจัดซื้อทรัพย์สิน กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินที่ผ่อนส่งมักจะระบุชื่อของสถาบันการเงินผู้ให้กู้เป็นเจ้าของ และจะทำการโอนให้ผู้กู้ก็ต่อเมื่อการผ่อนชำระเงินเสร็จสิ้นแล้ว แต่สำหรับทรัพย์สินบางประเภท เช่น ที่ดิน บ้าน อาจระบุชื่อผู้กู้เป็นเจ้าของโดยผู้กู้ต้องทำสัญญาจำนองทรัพย์สินนั้นแก่ผู้ให้กู้

4.2 สถานที่และการเก็บรักษาทรัพย์สิน กรณีที่นำเงินสดไปจัดซื้อทรัพย์สินมาบริโภค ผู้กู้จะต้องเก็บรักษาทรัพย์สินไว้ในสถานที่ที่ระบุไว้ในสัญญา การเคลื่อนย้ายต้องได้รับอนุญาตจากผู้ให้กู้เป็นลายลักษณ์อักษร ส่วนการเก็บรักษาทรัพย์สินต้องจัดให้มีความปลอดภัย มีการประกันภัยและสลักหลังกรรมกรรมยกประโยชน์ให้ผู้กู้

4.3 การปฏิบัติเมื่อผู้กู้ผิดนัดชำระเงิน การชำระเงินล่าช้ากว่าวันที่กำหนดไว้ในสัญญา จะต้องมีการตกลงเงื่อนไขเกี่ยวกับการคิดดอกเบี้ยเมื่อชำระเงินเกินกำหนด นอกจากนี้ยังต้องมีเงื่อนไขกรณีค้างชำระหลายงวดติดต่อกันด้วย โดยปกติจะกำหนดเงื่อนไขว่าถ้าผู้กู้ค้างชำระสองงวดติดต่อกัน

ให้ถือว่าผู้กู้ผิดสัญญา ผู้ให้กู้มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันทีและผู้กู้ยอมให้ริบเงินที่ได้ชำระแก่ผู้ให้กู้ไป แล้วทั้งสิ้น ทั้งยินยอมส่งมอบทรัพย์สินคืนในสภาพเรียบร้อยแก่ผู้กู้ทันที

### การกำหนดวงเงินสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค

สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคคือ สินเชื่อที่อำนวยความสะดวกให้บุคคลทั่วไปสามารถมีไว้ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในเรื่องส่วนตัวที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางการค้า โดยที่ขณะนั้นผู้กู้ยังไม่มีเงินออมเพียงพอที่จะซื้อหาสิ่งเหล่านั้นได้ ทั้งนี้โดยอาศัยรายได้ที่เกิดขึ้นในอนาคตเป็นแหล่งเงินที่จะชำระคืน หรืออาจจะกล่าวอีกแง่หนึ่งก็คือผู้ให้กู้นำเงินรายได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตไปใช้ก่อนล่วงหน้านั่นเอง

ราคาของเครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การที่จะออมเงินจนได้จำนวนที่ต้องการแล้วนำไปซื้อสิ่งที่ต้องการมักจะทำได้ยาก ประชาชนทั่วไปจึงนิยมที่จะจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ และได้สิ่งของนั้นมาใช้เลยมากกว่าจะเสี่ยงกับราคาของที่เพิ่มขึ้นและอัตราเงินเฟ้อซึ่งทำให้ค่าของเงินออมลดลง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในความหมายของการให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคได้แก่

1. ที่อยู่อาศัย ตั้งแต่การปลูกบ้าน ซื้อบ้านตลอดจนต่อเติมซ่อมแซมอาคาร
2. รถยนต์ ซึ่งในปัจจุบันถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน
3. เครื่องใช้ต่างๆ ภายในบ้าน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ตลอดจนเครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ
4. การพักผ่อน เช่น การท่องเที่ยวต่างประเทศ ทักษะศึกษา
5. เพื่ออำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น การส่งบุตรหลานไปศึกษาต่อต่างประเทศ ตลอดจน

ความจำเป็นในการใช้เงินอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตโดยทั่วไป

สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคเป็นสินเชื่อที่ผู้บริโภคในรูปของสินค้า บริการหรือเงินสด การเงินที่มีบทบาทสำคัญและรู้จักกันทั่วไป ได้แก่ สถาบันการเงินของภาครัฐและธนาคารพาณิชย์ การกำหนดวงเงินสินเชื่อที่กำหนดให้แก่บุคคลเพื่อช่วยเหลือให้มีมาตรฐานครองชีพที่ดีขึ้นเป็นหลัก สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคแบ่งออกเป็น สินเชื่อระยะสั้นและสินเชื่อระยะยาว ดังนั้นการกำหนดวงเงินสินเชื่อจึงแบ่งตามชนิดของสินเชื่อได้เป็น วงเงินสินเชื่อระยะสั้นและวงเงินสินเชื่อระยะยาว

### การกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะสั้น

สินเชื่อระยะสั้น หมายถึง สินเชื่อที่ผู้กู้ควรชำระคืนแก่เจ้าหนี้ให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลา 1 ปี จากลักษณะของสินเชื่อที่กำหนดให้ลูกหนี้ชำระหนี้ให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาอันสั้น วงเงินสินเชื่อจึงมักมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับวงเงินที่กำหนดให้สำหรับสินเชื่อระยะยาว วงเงินสินเชื่อจะมีจำนวนมากหรือน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 4 ประการคือ วัตถุประสงค์ รายได้ ความสามารถในการชำระหนี้ และหลักประกัน ในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินผู้กู้จะต้องระบุวัตถุประสงค์ของการกู้เงิน

ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การกู้เงินระยะสั้นผู้กู้มักจะนำไปใช้ในรายการที่เกิดจากความขาดแคลนชั่วคราว และจำเป็นต้องใช้อย่างเร่งด่วน เช่น ซ่อมแซมบ้าน ซ่อมรถ จ่ายตัวเครื่องบินให้บุตรหลานไปต่างประเทศ หรือจ่ายค่าเล่าเรียน เป็นต้น เมื่อตรวจสอบวัตถุประสงค์ของการกู้ยืมเงินแล้ว ธนาคารจะพิจารณา รายได้และความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ เพื่อที่จะดูว่ารายได้ที่ผู้กู้ได้รับนั้นเพียงพอที่จะชำระหนี้ ให้เสร็จสิ้นได้ตามจำนวนที่ขอกู้หรือไม่ในระยะเวลาสั้น ซึ่งการพิจารณารายได้นั้นจะต้องพิจารณา ควบคู่ไปกับความสามารถในการชำระหนี้ด้วย คือ วิเคราะห์ต่อไปว่ารายได้ที่ผู้กู้ได้รับนั้นมีภาระผูกพัน อะไรบ้าง รายได้ส่วนที่เหลือจากจากภาระผูกพันมีมากพอที่จะให้ผู้กู้จ่ายเงินกู้ให้เสร็จสิ้นภายใน ระยะเวลาเท่าใด รายได้และความสามารถในการชำระหนี้จึงเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยในการตัดสินใจว่า ควรกำหนดวงเงินสินเชื่อให้ตามที่ผู้กู้ขอมาหรือควรให้น้อยลง และเมื่อพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบ เพิ่มขึ้น เช่น ประวัติบุคคล ความตั้งใจในการชำระหนี้ ผู้ค้ำประกัน เป็นต้น ก็จะสามารถกำหนดวงเงินที่ แน่นอนได้

### การกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะยาว

สินเชื่อระยะยาว หมายถึง สินเชื่อที่ผู้กู้สามารถชำระคืนแก่เจ้าหนี้ให้เสร็จสิ้นได้ในระยะเวลาที่ เกินกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยทั่วไปบุคคลจะใช้สินเชื่อระยะยาวเพื่อนำไปซื้อสินทรัพย์ถาวร เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ ซึ่งสินทรัพย์เหล่านี้มีอายุการใช้งานนานและมีราคาแพง ซึ่งบุคคลไม่สามารถหาซื้อได้ด้วย กำลังทรัพย์ที่มีในปัจจุบัน แต่เนื่องจากสินเชื่อระยะยาวเป็นการใช้สินเชื่อเพื่อซื้อทรัพย์สินถาวร จำนวน สินเชื่อหรือจำนวนเงินที่ขอกู้จึงมีจำนวนสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินเชื่อระยะสั้น ธนาคารผู้ให้สินเชื่อต้อง มีความเสี่ยงมากขึ้นกับการให้สินเชื่อ ดังนั้นในการกำหนดวงเงินสินเชื่อซึ่งต้องพิจารณาควบคู่กับการ ตัดสินใจให้สินเชื่อจึงต้องพิจารณาปัจจัยหลายอย่างประกอบกันซึ่งปัจจัยหลักที่ต้องพิจารณาก็ เช่นเดียวกับปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะสั้น ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ การตรวจสอบวัตถุประสงค์ของการขอกู้ นั้น ก็เพื่อที่จะสืบ ให้ทราบว่าผู้กู้นำเงินไปใช้จ่ายทางใด ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ผู้ให้กู้กำหนดไว้หรือไม่ การตรวจสอบ วัตถุประสงค์เป็นวิธีทางที่ช่วยมิให้มีการให้สินเชื่อที่มากเกินไป และป้องกันมิให้ผู้กู้นำไปใช้ในทางที่ผิด ซึ่งอาจเป็นการนำไปลงทุนทำกิจกรรมที่ผิดกฎหมายหรือเก็งกำไร เป็นการลดความเสี่ยงให้แก่ธนาคาร ดังจะเห็นได้ว่า ถ้าผู้กู้ขอกู้เพิ่มไปซื้อบ้าน วงเงินที่ควรกำหนดให้ย่อมต้องการมากกว่าวงเงินที่ขอกู้เพื่อ ซื้อรถยนต์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการชำระหนี้ การกู้เงินระยะยาวก็ต้องพิจารณาถึงความสามารถในการ ชำระหนี้ ในทำนองเดียวกันกับการพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ของการกู้ยืมระยะสั้น ทั้งนี้ เพราะโดยทั่วไป การกู้ยืมระยะยาว ผู้กู้จะต้องจ่ายเงินกู้โดยการผ่อนส่งเป็นรายงวด การตรวจสอบ

รายได้และภาระที่ผู้กู้ต้องรับผิดชอบจะแสดงให้เห็นว่า ผู้กู้มีความสามารถในการชำระหนี้ได้หรือไม่ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงอนาคตในระยะยาวด้วย ดังได้กล่าวแล้วว่า สินเชื่อระยะยาวคือ สินเชื่อที่ต้องชำระให้เสร็จสิ้นโดยมีระยะเวลาที่นานเกินกว่า 1 ปี การตรวจสอบในขั้นนี้ทำได้ค่อนข้างยาก ทั้งนี้เพราะผู้กู้ไม่ค่อยยอมให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและไม่สามารถคาดคะเนความสามารถในการชำระหนี้ในระยะยาวของผู้กู้ได้แน่นอน ดังนั้น การให้สินเชื่อระยะยาว ธนาคารจึงต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกันเพื่อเป็นหลักประกันความเสี่ยงเพิ่มขึ้นนอกจากการพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ทั้งนี้เพราะแม้ว่าผู้กู้จะมีความตั้งใจที่จะชำระหนี้และจากการพิจารณาเบื้องต้นคาดว่าผู้กู้มีความสามารถในการชำระหนี้แต่ถ้าเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดขึ้นมาก่อนทำให้ผู้กู้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลงนั้นหมายถึงธนาคารต้องรับภาระอันเกิดจากการสูญเสียแต่เพียงผู้เดียว

3. หลักประกัน หลักประกันแบ่งได้เป็นหลายชนิด ได้แก่ บุคคลค้ำประกัน เงินฝากประจำ ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง หลักทรัพย์ประเภทใบหุ้น ฯลฯ หลักประกันแต่ละชนิดจะถูกใช้เป็นส่วนประกันในการพิจารณากำหนดวงเงินสินเชื่อที่แตกต่างกัน การใช้บุคคลค้ำประกันไม่สามารถทำได้ทุกกรณี เพราะบุคคลที่จะเป็นผู้ค้ำประกันได้นั้นอาจจะต้องเป็นผู้ที่มีเครดิตดี มีฐานะ มีสินทรัพย์เพียงพอที่จะค้ำประกันเงินกู้ได้โดยต้องเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์กับผู้กู้และต้องไม่มีภาระผูกพันด้านหนี้สินหรือค้ำประกันผู้อื่นมาก่อน หรือการใช้ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน ธนาคารอาจกำหนดวงเงินให้กู้เพียง 80 - 90 % ของราคาประเมินของที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการกู้ยืมระยะยาวจะเน้นเรื่องหลักประกันมากกว่าการกู้ยืมระยะสั้น ทั้งนี้เพราะสินเชื่อระยะยาวในความเสี่ยงที่สูงกว่าเนื่องจากความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาวคาดคะเนได้ยาก ประกอบกับวงเงินกู้ยืมมักมีจำนวนสูง หลักทรัพย์ค้ำประกันจึงต้องการสินทรัพย์ถาวรที่มีราคา ซึ่งจัดเป็นหลักประกันชั้นหนึ่งที่แตกต่างกันจากหลักประกันของการกู้ยืมระยะสั้นที่อาจใช้บุคคลค้ำประกัน ซึ่งจัดเป็นหลักประกันรอง

สินเชื่อสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นสินเชื่อระยะยาว และสินเชื่อบุคคลเป็นสินเชื่อระยะสั้น โดยการกำหนดวงเงิน อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระคืน ก็จะมีเงื่อนไขที่ต่างกันออกไป โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดวงเงินสินเชื่อระยะสั้นโดยมีวัตถุประสงค์ รายได้ ความสามารถในการชำระหนี้ และหลักประกัน เป็นตัวกำหนดในการขอใช้บริการสินเชื่อ แต่ทั้งนี้การขอใช้บริการสินเชื่อบุคคลไม่จำเป็นต้องใช้หลักประกันมาเป็นตัวกำหนดเนื่องจากสินเชื่อบุคคลเป็นสินเชื่อเนกประสงค์ ซึ่งจะดูจากรายได้และความสามารถในการชำระหนี้เป็นหลัก

## ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

### ประวัติธนาคาร

ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ดเข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของธนาคารนครธนในวันที่ 10 กันยายน 2542 โดยการซื้อหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 75 จากกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงิน และได้เปลี่ยนชื่อธนาคารเป็น ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด (มหาชน) ซึ่งนับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของธนาคาร

ในปี 2543 ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ดนครธน ได้เริ่มทำสื่อโฆษณาบนตัวรถไฟฟ้าขบวนแรก ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมใหม่ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ธนาคารเป็นผู้ริเริ่มขึ้นเป็นครั้งแรก ทำให้ชื่อเสียงของธนาคารเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ จากเดิมที่ผู้บริโภครู้จักธนาคารเพียงร้อยละ 10 ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 นับเป็นการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดชิ้นหนึ่งของธนาคาร

ในปี 2546 ธนาคารได้ปรับปรุงประเภทการให้บริการด้านกิจการสาขาเพื่อรองรับฐานลูกค้าเป้าหมายรายประเภท โดยเสนอการให้บริการในรูปแบบของ

- ศูนย์บริการธนาคารพิเศษ (Priority Banking Branches)
- สาขาที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Banking) ซึ่งให้บริการทั้งแก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปและลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สาขาย่อย (Mall Type Branch) ซึ่งเน้นให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปในศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า

ในปี 2547 เป็นปีที่ธนาคารมีผลประกอบการที่ดีเยี่ยมและได้รับการยกย่องจากการมีสินค้าและบริการที่เป็นเลิศ จากการที่ธนาคารได้รับการยัดอันดับให้มี Customer Loyalty Index สูงสุดจากการจัดอันดับของ Market Probe ซึ่งเป็นสถาบันอิสระ และนิตยสารการเงินการธนาคารจัดอันดับให้ธนาคารเป็นธนาคารยอดเยี่ยมเป็นอันดับที่สอง จากการจัดอันดับธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งหมด 12 ธนาคารในประเทศไทย นิตยสารการเงินการธนาคารจัดอันดับโดยดูจากผลประกอบการของธนาคารในช่วงเดือนกรกฎาคม 2546 ถึงเดือนมิถุนายน 2547

แม้ว่าในปัจจุบันธนาคารต่างๆ พยายามผลักดันให้เกิดการทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน เช่น การฝาก-ถอนเงิน การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่สาขาให้น้อยที่สุด เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าและเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านสาขาของธนาคารเอง ให้เหลือเพียงบริการด้านสินเชื่อและงานขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นหลัก

ธนาคารฯ มีธุรกิจหลักคือ บุคคลธนกิจและสถาบันธนกิจ ธุรกิจด้านบุคคลธนกิจให้บริการด้านบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล สินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ บริการรับฝากเงิน บริการด้านการบริหาร

สินทรัพย์ให้แก่ลูกค้ารายบุคคล ลูกค้าเจ้าของธุรกิจรายย่อย จนถึงลูกค้าเจ้าของธุรกิจขนาดกลาง ส่วนสถาบันธณิกนันให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นสถาบันหรือบริษัทในด้านต่างๆ เช่น สินเชื่อพาณิชย์ บริการบริหารเงินสด การบริการเงินทุน บริการด้านหลักทรัพย์ บริการด้านเงินตราต่างประเทศ บริการด้านการกู้ยืมในตลาดทุน และบริการด้านเงินกู้สำหรับธุรกิจ

เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจในประเทศไทยในระยะยาว กลุ่มธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ดได้ทำการรวบรวมธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด สาขากรุงเทพฯ ซึ่งมีอายุกว่า 111 ปี เข้ากับธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธนในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ.2548 และธนาคารได้เปลี่ยนชื่อเป็น ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

### **ลักษณะและรูปแบบการให้บริการสินเชื่อของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

#### **ความหมายของเงินให้สินเชื่อ**

ตามบทบัญญัติในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ ได้ให้ความหมายของคำว่า “ให้สินเชื่อ” หมายความว่า ให้กู้ยืมเงิน ชื้อ ชื้อลด รับช่วงซื้อลดตัว เป็นเจ้าหนี้เนื่องจากได้จ่ายหรือสั่งจ่ายเงิน เพื่อประโยชน์ของผู้เคยค้า หรือเป็นเจ้าหนี้เนื่องจากได้จ่ายเงินตามภาระผูกพันเลตเตอร์ออฟเครดิต

ในส่วนของสินเชื่อที่ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีรายละเอียดดังนี้

**สินเชื่อบุคคล** เป็นสินเชื่อที่เหมาะสมสำหรับพนักงานประจำและเจ้าของธุรกิจ ไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน วงเงินอนุมัติสูงสุด 1,000,000 บาท ผ่อนชำระเป็นรายเดือนโดยสามารถผ่อนชำระได้ตั้งแต่ 12 เดือน ถึง 60 เดือน อนุมัติภายใน 2 สัปดาห์ โดยโอนเข้าบัญชีธนาคารที่ต้องการทันที (โดยนับจากวันที่เอกสารครบถ้วน)

#### **คุณสมบัติของผู้กู้สินเชื่อบุคคลสำหรับพนักงานประจำ**

1. อายุ 20 ปีขึ้นไป
2. เป็นพนักงานบริษัท / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ โดยต้องมีอายุงานเกิน 4 เดือน และผ่านช่วงทดลองงานมาแล้ว

3. มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไปและรับเงินเดือนผ่านธนาคารเท่านั้น

#### **เอกสารที่ใช้ในการสมัครสินเชื่อบุคคลสำหรับพนักงานประจำ**

1. สำเนาทะเบียนบ้าน
2. สำเนาบัตรประชาชน

3. สลิปเงินเดือน พร้อมสำเนาบัญชีย้อนหลัง 3 เดือน (กรณีไม่มีสลิปเงินเดือนสามารถใช้หนังสือรับรองเงินเดือนแทนได้)

4. สำเนาบัญชีที่จะให้ธนาคารโอนเงินพร้อมสำเนานำฝากบัญชี

#### **อัตราดอกเบี้ยสำหรับพนักงานประจำ**

1. วงเงินสินเชื่อ 20,000 – 99,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 25.99% ต่อปี ( $MRR^* + 16.99\%$ )
2. วงเงินสินเชื่อ 100,000 – 199,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 22.99% ต่อปี ( $MRR^* + 13.99\%$ )
3. วงเงินสินเชื่อ 200,000 – 1,000,000 บาท อัตราดอกเบี้ย 20.99% ต่อปี

( $MRR^* + 11.99\%$ )

● \*MRR คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยชั้นดี (Minimum Retail Rate) เป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามที่ธนาคารประกาศเป็นคราวๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการอ้างอิง (MRR ณ วันที่ 1 สิงหาคม = 9.0% ต่อปี)

#### **คุณสมบัติของผู้กู้สินเชื่อบุคคลสำหรับเจ้าของกิจการ**

1. อายุ 20 ปีขึ้นไป
2. มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป
3. ต้องดำเนินธุรกิจมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี

#### **เอกสารที่ใช้ในการสมัครสินเชื่อบุคคลสำหรับเจ้าของกิจการ**

1. สำเนาทะเบียนบ้าน
2. สำเนาบัตรประชาชน
3. ใบทะเบียนพาณิชย์, หนังสือรับรองการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด/บริษัท (สำเนาไม่เกิน 1 ปี)

4. สำเนาบัญชีธนาคารของธุรกิจ/ลูกค้า ย้อนหลัง 6 เดือน (เปิดบัญชีอย่างน้อย 1 ปี)

5. สำเนาบัญชีที่จะให้ธนาคารโอนเงินพร้อมสำเนานำฝากบัญชี

#### **อัตราดอกเบี้ยสำหรับเจ้าของธุรกิจ**

1. วงเงินสินเชื่อ 20,000 – 99,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 26.99% ต่อปี ( $MRR^* + 17.99\%$ )
2. วงเงินสินเชื่อ 100,000 บาทขึ้นไป อัตราดอกเบี้ย 23.99% ต่อปี ( $MRR^* + 14.99\%$ )

● \*MRR คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยชั้นดี (Minimum Retail Rate) เป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามที่ธนาคารประกาศเป็นคราวๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการอ้างอิง (MRR ณ วันที่ 1 สิงหาคม = 9.0% ต่อปี)

ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดเขตการควบคุมในการบริหารงานซึ่งแบ่งออกเป็น 42 สาขา ดังนี้

สาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

1. สำนักงานใหญ่
2. สาขาเจริญกรุง
3. สาขาเจริญนคร
4. สาขาแจ้งวัฒนะ
5. สาขาทองหล่อ
6. สาขาท่าดินแดง
7. สาขานานานเหนือ
8. สาขาบางแค
9. สาขาประดิพัทธ์
10. สาขาประตูน้ำ
11. สาขาพระปิ่นเกล้า
12. สาขาพัฒนาการ
13. สาขาพาหุรัด
14. สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต
15. สาขามหานาค
16. สาขารัชดาภิเษก
17. สาขารามอินทรา
18. สาขาลาดพร้าว
19. สาขาย่อย เดอะมอลล์3 รามคำแหง
20. สาขาย่อย โลตัส ซีคอนสแควร์
21. สาขาย่อย โลตัส บางกะปิ
22. สาขาย่อย โลตัส ประชาชื่น
23. สาขาย่อย โลตัส พระราม 3
24. เซอร์วิสเซ็นเตอร์ สาทร
25. สาขาย่อย โลตัส รัตนาธิเบศร์
26. สาขาย่อย โลตัส สุขุมวิท 50
27. สาขาย่อย โลตัส หลักสี่
28. สาขาศรีนครินทร์
29. สาขาสมุทรปราการ

30. สาขาสะพานใหม่ดอนเมือง
31. สาขาสาทรประดิษฐ์
32. สาขาสีลม
33. สาขาสำเพ็ง
34. สาขาสุขุมวิท 71
- สาขาในเขตภูมิภาค
35. สาขาขอนแก่น
36. สาขาเชียงใหม่
37. สาขานครปฐม
38. สาขานครราชสีมา
39. สาขาระยอง
40. สาขาศรีราชา
41. สาขาสมุทรสาคร
42. สาขาหาดใหญ่

## ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารซีทีแบงก์

### ประวัติธนาคาร

ซีทีกรุป (บริษัทแม่ของธนาคารซีทีแบงก์) เริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2512 ปัจจุบันธนาคารซีทีแบงก์นำเสนอบริการด้านการเงินอย่างหลากหลายทั้งสายบุคคลธนกิจ สายสถาบันธนกิจและสายธนบดีธนกิจ กิจกรรมของธนาคารและบริษัทในเครือซีทีกรุปให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่า 600,000 รายและมีพนักงานมากกว่า 1,400 คนในประเทศไทย ความสำเร็จและความมุ่งมั่นของเรามีต่อประเทศไทยเห็นได้จากขนาดและเครือข่ายของเรา เรามุ่งมั่นที่จะเติบโตและก้าวหน้าไปพร้อมกับลูกค้าของเราและกับประเทศไทย

ซีทีกรุปเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยในปี 2512 ภายใต้ชื่อบริษัท เฟิสต์ เนชั่นแนล ซีดีดีเวลลอปเม้นท์ ไฟแนนซ์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด สิบปีต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ซีดีคอร์ป (ประเทศไทย) จำกัด ต่อมาได้มีการแยกประกอบเงินทุนธุรกิจและหลักทรัพย์ออกจากกันจึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทเงินทุนซีดีคอร์ป (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2543

ในปี 2525 บริษัทซีทีกรุ๊ปได้รับอนุญาตดำเนินกิจการแฟรนไชส์ ไดเนอร์คลับ และเข้าบริหารกิจการของบริษัทไดเนอร์คลับ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งก่อตั้งในปี 2512 เพื่อดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตเป็นแห่งแรกในประเทศไทย

ในปี 2527 ธนาคารซีทีแบงก์ได้เข้าซื้อกิจการของธนาคารเมอร์เคนไคท์ สาขาประเทศไทย ต่อมาธนาคารซีทีแบงก์ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารซีทีแบงก์สาขากรุงเทพฯ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา บริษัทซีทีคอร์ป ลิสซิง (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งในปี 2530 เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการให้เช่าและเช่าซื้ออุปกรณ์เครื่องจักรแก่ลูกค้าที่เป็นบริษัทและเช่าซื้อรถยนต์แก่ลูกค้ารายย่อย

ในปี 2529 ได้มีการตั้งบริษัทซีทีแคปปิตอลจำกัด ขึ้นมาเพื่อให้บริการจัดหาเงินทุนและให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่บริษัทตั้งใหม่ บริษัทที่ต้องการขยายกิจการ และบริษัทต้องการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนั้นซีทีแคปปิตอลยังดำเนินธุรกิจร่วมทุนในกิจการต่างๆ ด้วยบริษัทหลักทรัพย์ ซีทีคอร์ป (ประเทศไทย) จำกัด ได้จดทะเบียนพาณิชย์เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2543 และได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2543 เพื่อประกอบธุรกิจการค้าหลักทรัพย์ ที่ปรึกษาการลงทุนและการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ บริษัทซาโลมอน บราเธอร์ เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ซึ่งเป็นเครือของบริษัทซาโลมอน สมิท บาร์นีย์ ได้เข้าร่วมในเครือซีทีกรุ๊ปเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2541 เมื่อบริษัททราเวลเลอร์ส กรุ๊ป อิงค์ ซึ่งเป็นบริษัทแม่ได้รวมกิจการกับซีทีคอร์ป กลายเป็นซีทีกรุ๊ป สถาบันทางการเงินที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก บริษัทซาโลมอน บราเธอร์ เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัทซีทีกรุ๊ป โกลบอล มาร์เก็ต เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา

### **ลักษณะและรูปแบบการให้บริการสินเชื่อของธนาคารซีทีแบงก์**

ในประเทศไทย ธนาคารซีทีแบงก์นำเสนอบริการทางการเงินอย่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายย่อยและองค์กรธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของการสินเชื่อบุคคลมีรายละเอียดดังนี้

**สินเชื่อซีทีแบงก์เพอร์ซันนัลโลน** เป็นสินเชื่อที่เหมาะสมสำหรับพนักงานประจำและเจ้าของธุรกิจ ไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน วงเงินอนุมัติสูงสุด 1,000,000 บาท รับเงินทันทีภายใน 2 วันทำการหลังจากอนุมัติเรียบร้อยแล้ว ผ่อนชำระเป็นรายเดือนโดยสามารถผ่อนชำระได้ตั้งแต่ 12 เดือน ถึง 60 เดือน

### คุณสมบัติของผู้กู้สินเชื่อบุคคลสำหรับพนักงานประจำ

1. เป็นพนักงานบริษัท / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ โดยต้องมีอายุงานเกิน 4 เดือน และผ่านช่วงทดลองงานมาแล้ว

2. มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไปและรับเงินเดือนผ่านธนาคารเท่านั้น

3. ต้องอาศัยอยู่ในเขตการขายที่กำหนด โดยแบ่งเป็นดังนี้

เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพฯ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ

สมุทรสาคร สมุทรสงคราม นครปฐม ฉะเชิงเทรา

เขตต่างจังหวัด ดังนี้

ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา นครสวรรค์

ภาคกลาง ได้แก่ อโยธยา สระบุรี ราชบุรี เพชรบุรี สุพรรณบุรี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ขอนแก่น นครราชสีมา อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี สกลนคร

ร้อยเอ็ด

ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง

ภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี จันทบุรี ระยอง

### เอกสารที่ใช้ในการสมัครสินเชื่อบุคคลสำหรับพนักงานประจำ

1. สำเนาทะเบียนบ้าน

2. สำเนาบัตรประชาชน

3. สลิปเงินเดือน พร้อมสำเนาบัญชีย้อนหลัง 3 เดือน (กรณีไม่มีสลิปเงินเดือนสามารถใช้หนังสือรับรองเงินเดือนแทนได้)

4. สำเนาบัญชีที่จะให้ธนาคารโอนเงินพร้อมสำเนาน้ำหนักบัญชี

### อัตราดอกเบี้ยสำหรับพนักงานประจำ

สำหรับในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

1. รายได้ต่อเดือน 15,000 – 24,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 26% ต่อปี\*

2. รายได้ต่อเดือน 25,000 – 49,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 24% ต่อปี\*

3. รายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อัตราดอกเบี้ย 20% ต่อปี\*

4. วงเงินกู้มากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป อัตราดอกเบี้ย 16% ต่อปี\*

สำหรับเขตต่างจังหวัด

1. รายได้ต่อเดือน 15,000 – 24,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 28% ต่อปี\*

2. รายได้ต่อเดือน 25,000 – 49,999 บาท อัตราดอกเบี้ย 26% ต่อปี\*

3. รายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป อัตราดอกเบี้ย 20% ต่อปี\*

4. วงเงินกู้มากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป อัตราดอกเบี้ย 16%ต่อปี\*

\* เป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ในการคำนวณดอกเบี้ยจะคิดแบบลดต้นลดดอก

#### **คุณสมบัติของผู้กู้สินเชื่อบุคคลสำหรับเจ้าของกิจการ**

1. อายุ 20 ปีขึ้นไป
2. มีรายได้ต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป
3. ต้องดำเนินธุรกิจมาแล้วอย่างน้อย 2 ปี
4. ต้องอาศัยอยู่ในเขตการขายที่กำหนด โดยแบ่งเป็นดังนี้

เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพฯ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ

สมุทรสาคร สมุทรสงคราม นครปฐม ฉะเชิงเทรา

เขตต่างจังหวัด ดังนี้

ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา นครสวรรค์

ภาคกลาง ได้แก่ อุดรธานี หนองคาย ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี สุรินทร์บุรีรัมย์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี สุรินทร์บุรีรัมย์

ร้อยเอ็ด

ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง

ภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี จันทบุรี ระยอง

#### **เอกสารที่ใช้ในการสมัครสินเชื่อบุคคลสำหรับเจ้าของกิจการ**

1. สำเนาทะเบียนบ้าน
2. สำเนาบัตรประชาชน
3. ใบทะเบียนพาณิชย์, หนังสือรับรองการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด/บริษัท (สำเนาไม่เกิน 1 ปี)

4. สำเนาบัญชีธนาคารของธุรกิจ/ลูกค้า ย้อนหลัง 6 เดือน (เปิดบัญชีอย่างน้อย 1 ปี)

5. สำเนาบัญชีที่จะให้ธนาคารโอนเงินพร้อมสำเนาน้ำหนักบัญชี

#### **อัตราดอกเบี้ยสำหรับเจ้าของธุรกิจ**

สำหรับในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล อัตราดอกเบี้ย 24% ต่อปี\*

สำหรับเขตต่างจังหวัด อัตราดอกเบี้ย 26% ต่อปี \*

\* เป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ในการคำนวณดอกเบี้ยจะคิดแบบลดต้นลดดอก

ธนาคารซีทีแบงก์ ตั้งอยู่ที่ 82 ถ.สาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก จ.กรุงเทพฯ 10500 ซึ่งไม่มีสาขาการบริหารงานในประเทศไทย

## ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยถึงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ซีทีแบงก์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวม ผลงานวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวความคิดในการศึกษาต่อไป

มนูญ จงกลแพทย์ (2539) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้กู้ประเภทอาคารชุดใน กรุงเทพมหานคร ชั้นกลาง และปัจจัยหลักด้านสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ผู้กู้ที่เลือกกู้ กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่วนมากจะเห็นได้ว่า ดอกเบี้ยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ถูกกว่า สถาบันการเงินอื่น เนื่องจากระยะเวลาการผ่อนชำระนาน อีกทั้งธนาคารมีการพัฒนาในการบริการด้าน สินเชื่อ ความรวดเร็วในการให้บริการด้านสินเชื่อ สำหรับจำนวนที่อนุมัติให้กู้ลูกค้ายังไม่พึงพอใจ ข้อเสนอแนะของธนาคารฯ ควรจะต้องปรับปรุงในส่วนของการเพิ่มจำนวนพนักงานให้บริการ ลด ปัญหาความล่าช้าในขั้นตอนการบริการ

จากงานวิจัยดังกล่าว สรุปได้ว่าผู้กู้สินเชื่อส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับการให้บริการสินเชื่อ ในด้านของอัตราดอกเบี้ยและจำนวนระยะเวลาผ่อนชำระที่นานกว่าที่อื่น ซึ่งเป็นเพราะเป็นสินเชื่อ ประเภทที่อยู่อาศัย แต่ทั้งนี้ในด้านการให้บริการสินเชื่อ ผู้ใช้บริการยังไม่ค่อยพอใจมากนัก เนื่องจาก เกิดความล่าช้าในการให้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำงานวิจัยนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงความพึง พพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากทั้งสองธนาคารมีการบริการทางด้านสินเชื่อที่ใกล้เคียงกันมาก ไม่ว่าจะเป็น ทางด้านอัตราดอกเบี้ยหรือด้านบริการต่างๆ ว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

จันทร์เพ็ญ เพชรมาลัยกุล (2541) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือก ใช้สินเชื่อเคหะ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจบุคคลทั่วไปที่ต้องการสินเชื่อเคหะในพื้นที่เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร การทดสอบใช้วิธีไคสแควร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ทดสอบความเป็นอิสระระหว่างปัจจัย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ กับการตัดสินใจเลือก ใช้สินเชื่อเคหะ ในส่วนของอัตราดอกเบี้ย วงเงินกู้ ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ และระยะทางในการ เดินทางมาติดต่อกับสถานที่ให้บริการ ซึ่งพบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ การเลือกใช้บริการ สินเชื่อเคหะด้านวงเงินกู้ขึ้นอยู่กับอาชีพ ส่วนที่ 2 ทดสอบความเป็นอิสระระหว่างปัจจัยอัตราดอกเบี้ย วงเงินกู้ ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ ระยะทางในการเดินทางมาติดต่อกับสถานที่ให้บริการกับการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะโดยจำแนกตามอายุ พบว่า อัตราดอกเบี้ยและระยะทางไม่มี

ความสัมพันธ์กับอายุผู้บริโภค ส่วนวงเงินกู้และขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับอายุผู้บริโภค

จากงานวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่าความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะด้านวงเงินกู้ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละอาชีพ ซึ่งอาจเป็นเพราะความต้องการของแต่ละอาชีพไม่เท่ากัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจในด้านวงเงินที่ได้รับการอนุมัติโดยจะทำการเปรียบเทียบระหว่างธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ว่ามีความพึงพอใจต่างกันหรือไม่อย่างไร

อัชรี มีศิริ (2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสิน สังกัดภาค 4 โดยวิธีโคสแควร์ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าด้านอัตราดอกเบี้ย จะขึ้นอยู่กับเพศและระดับรายได้ต่อเดือน โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยอัตราดอกเบี้ยมากกว่าเพศชาย และผู้มีระดับรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน จะให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยมากกว่า และยังพบว่าระหว่างตัวแปรระดับการศึกษา จะมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้านขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อมากกว่า

จากงานวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่าปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ว่านอกจากปัจจัยทางด้านดอกเบี้ยแล้วยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ อีกหรือไม่ที่จะส่งผลถึงพฤติกรรมใช้บริการสินเชื่อบุคคล โดยปัจจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพิ่มเติม คือ ปัจจัยด้านวงเงินกู้ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานสินเชื่อ ปัจจัยด้านการให้บริการสินเชื่อและปัจจัยด้านสถานที่การให้บริการ

ศักดิ์ดา ณรงค์ (2538) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยระหว่างธนาคารอาคารสงเคราะห์กับธนาคารพาณิชย์ โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเก็บรวบรวมจากเอกสารและวารสารของธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์และจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธนาคารอาคารสงเคราะห์กับกลุ่มธนาคารพาณิชย์ จากการศึกษาพบว่า ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีลักษณะในด้านการรับฝากเงินเหมือนธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ส่วนที่แตกต่างกันคือหน้าที่ในการกู้เงิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์มี

วัตถุประสงค์ให้กู้เงินเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างเดียว ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ สามารถให้กู้เงินได้ในขอบเขตที่กว้างกว่า เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อเป็นสถาบันการเงินหลักของรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยมุ่งเน้นการให้บริการแก่คนที่มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อยเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังคิดดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราที่ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นๆ

จากงานวิจัยดังกล่าวเห็นได้ว่า ธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารพาณิชย์มีความแตกต่างกันในเรื่องของวัตถุประสงค์การให้กู้เงิน โดยที่ธนาคารพาณิชย์มีวัตถุประสงค์ที่กว้างกว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เช่นเดียวกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ที่ไม่กำหนดวัตถุประสงค์ในการของสินเชื่อ แต่ทั้งนี้ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยของทั้งสองธนาคารค่อนข้างสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

เสาวคนธ์ อุฐฐานชีวิน (2536) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จากผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้เงินกู้ของลูกค้าสินเชื่อจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพแตกต่างกันคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจไม่มีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อซื้ออาคารชุด พนักงานบริษัทมีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อปลูกสร้างอาคาร กลุ่มเจ้าของกิจการไม่มีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อชำระหนี้ ทั้งนี้เหตุผลในการเลือกใช้บริการเงินกู้เพราะอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ สำหรับจำนวนวงเงินกู้จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ของลูกค้าสินเชื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน โดยลูกค้าสินเชื่อส่วนมากทำการกู้ยืมในช่วงวงเงินระหว่าง 100,000 – 300,000 บาท มากกว่าเงินกู้ในช่วงอื่น ส่วนระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ โดยส่วนมากมีระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ในช่วง 11 – 15 ปีมากกว่าช่วงอื่นๆ

จากงานวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของพนักงานส่วนใหญ่กู้เพื่อปลูกสร้างอาคาร ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาในการกู้ยืมค่อนข้างนาน รวมไปถึงการพิจารณาสินเชื่อเพื่อใช้ในการปลูกสร้างอาคารอาจจะต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าหากเป็นสินเชื่อบุคคลที่ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันแล้ว ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

จากงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการสินเชื่อจะมีวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัย โดยจะดูที่อัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาในการชำระคืนเป็นหลัก ทั้งนี้การกู้สินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัยจะต้องมีในส่วนของหลักประกันเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่พบว่ายังไม่มี

งานวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับการกู้สินเชื่อบุคคล ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน และในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงได้นำผลงานวิจัยข้างต้นมาใช้ในการอ้างอิงและเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในกรอบแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ทักษะด้านเงินออมสินเชื่อบุคคล และทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลเพื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีเอแบงก์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยที่มีวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีเอแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและทำวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินค้าบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีเอแบงก์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินค้าบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีเอแบงก์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร

$$n = \frac{Z^2}{4B^2}$$

โดยที่  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  แทน ค่าปกติมาตรฐานซึ่งขึ้นกับระดับความเชื่อมั่น

$B$  แทน ระดับความคลาดเคลื่อน

(นราศรี ไววนิชกุล. 2549: 133)

สำหรับการวิจัยนี้ กำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 และกำหนดให้ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

ดังนั้นขนาดของตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 385 คน และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดี จึงสำรองไว้อีก 4 % เท่ากับ 15 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### 3. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1 การเลือกตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สำหรับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 34 สาขา ในกรุงเทพมหานคร โดยทำการจับสลากเลือกสาขาหนึ่งจำนวน 10 สาขา ของจำนวนสาขาในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้แก่ สาขาสำนักงานใหญ่ สาขาเจริญกรุง สาขาประตูน้ำ สาขาพหลุรัต สาขาลาดพร้าว สาขาสาธุประดิษฐ์ สาขาสีลม สาขารามอินทรา สาขาสุขุมวิท 71 และสาขานานาเหนือ และสำหรับธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากธนาคารซีทีแบงก์ไม่มีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงทำการเก็บตัวอย่างที่สาขาสำนักงานใหญ่เพียงที่เดียว

3.2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละธนาคารละ 200 คน โดยที่ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กำหนดกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 20 คน และธนาคารซีทีแบงก์ 200 คน

3.3 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อทั้งธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

3.4 การเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อทำการเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ในแต่ละสาขาตามขั้นตอนที่ 1 และ 2

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choices) และให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีเกณฑ์ในการคำนวณอายุดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{60-20}{4}$$

$$= 10$$

$$= 10$$

ช่วงอายุ

- 21-30 ปี
- 31-40 ปี
- 41-50 ปี
- 50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และอื่นๆ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงรายได้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{70,000 - 20,000}{5}$$

$$= 10,000 \text{ บาท}$$

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท
- 30,001- 40,000 บาท
- 40,001-50,000 บาท
- 50,000 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดแบบความหมายที่ตรงกันข้าม (Semantic Differential Scale) ได้แก่

ข้อ 7-11 เป็นคำถามเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/อัตราค่าธรรมเนียมเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อ 12-14 เป็นคำถามเกี่ยวกับวงเงินกู้เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อ 15-18 เป็นคำถามเกี่ยวกับระยะเวลาผ่อนชำระคืน เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมายถูก ลงในช่องว่าง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลดีมาก

คะแนน 4 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลดี

คะแนน 3 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลไม่ดี

คะแนน 1 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลไม่ดีอย่าง

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

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

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญของระดับทัศนคติดังนี้

4.21-5.00 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ดีมาก

3.41-4.20 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ดี

2.61-3.40 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ปานกลาง

1.81-2.60 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ไม่ดี

1.00-1.80 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ไม่ดีอย่างมาก

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดแบบ ความหมายที่ตรงกันข้าม (Semantic Differential Scale) ได้แก่

ข้อ 19-23 เป็นคำถามเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียง ตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อ 24-27 เป็นคำถามเกี่ยวกับการให้บริการด้านสินเชื่อเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียง ตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อ 28-32 เป็นคำถามเกี่ยวกับด้านสถานที่การให้บริการ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียง ตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมายถูก ลงในช่องว่าง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารดีมาก

คะแนน 4 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารดี

คะแนน 3 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารไม่ดี

คะแนน 1 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารไม่ดีย่างมาก

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

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

จากนั้นนำมาระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญของระดับทัศนคติดังนี้

4.21-5.00 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านการให้บริการของ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ดีมาก

3.41-4.20 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านการให้บริการของ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ดี

2.61-3.40 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ ปานกลาง

1.81-2.60 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ ไม่ดี

1.00-1.80 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ ไม่ดีอย่างมาก

**ส่วนที่ 4** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ เป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดแบบความหมายที่ตรงกันข้าม (Semantic Differential Scale) และให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 3 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมายถูก ลงในช่องว่าง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

|                    |   |       |
|--------------------|---|-------|
| พึงพอใจอย่างมาก    | 5 | คะแนน |
| ค่อนข้างพึงพอใจ    | 4 | คะแนน |
| ปานกลาง            | 3 | คะแนน |
| ค่อนข้างไม่พึงพอใจ | 2 | คะแนน |
| ไม่พึงพอใจอย่างมาก | 1 | คะแนน |

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

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

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญของระดับความพึงพอใจดังนี้

4.21-5.00 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแบงก์ อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก

3.41-4.20 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีเอแบงก์ อยู่ในระดับพอใจ

2.61-3.40 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีเอแบงก์ อยู่ในระดับปานกลาง

1.81-2.60 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีเอแบงก์ อยู่ในระดับไม่พึงพอใจ

1.00-1.80 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีเอแบงก์ อยู่ในระดับไม่พึงพอใจอย่างมาก

**ส่วนที่ 5** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีเอแบงก์ ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choices) และให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 3 ข้อ ดังนี้

ข้อ 36 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 37-39 เป็นคำถามเกี่ยวกับวงเงินที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อบุคคล, ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า, จำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดแบบประเภอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อ 40 เป็นคำถามเกี่ยวกับการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลเป็นคำถามแบบใช้มาตรวัดแบบความหมายที่ตรงกันข้าม (Semantic Differential Scale) และให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมายถูก ลงในช่องว่าง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

|                |   |       |
|----------------|---|-------|
| แนะนำแน่นอน    | 5 | คะแนน |
| แนะนำ          | 4 | คะแนน |
| ไม่แน่ใจ       | 3 | คะแนน |
| ไม่แนะนำ       | 2 | คะแนน |
| ไม่แนะนำแน่นอน | 1 | คะแนน |

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 8-11)

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

นำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญของระดับการแนะนำดังนี้

4.21-5.00 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการแนะนำบุคคลอื่นอยู่ในระดับแนะนำอย่างแน่นอน

3.41-4.20 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการแนะนำบุคคลอื่นอยู่ในระดับแนะนำ

2.61-3.40 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการแนะนำบุคคลอื่นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ

1.81-2.60 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการแนะนำบุคคลอื่นอยู่ในระดับไม่แนะนำ

1.00-1.80 คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการแนะนำบุคคลอื่นอยู่ในระดับไม่แนะนำอย่างแน่นอน

ข้อ 41-42 เป็นคำถามเกี่ยวกับช่องทางการชำระเงิน และเหตุผลในการเลือกชำระเงินในช่องทางการกล่าวลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

## 2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรม

ในการให้บริการของธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด

จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านการให้บริการของสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด  
ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด  
ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด  
(ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบ และ  
เสนอแนะเพิ่มเติม

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสมของเนื้อหาจากนั้น  
นำมาปรึกษากับอาจารย์คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด  
เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณ  
ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของ  
ความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามี  
ความเชื่อมั่นสูง

### 3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อวัดค่า  
ความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ในการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient)  
โดยได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียมของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .705 แสดงว่า  
แบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียมของธนาคารซีที  
แบงก์ มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .733 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านวงเงินกู้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)  
จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .827 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านวงเงินกู้ของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 3 ข้อ มีค่า  
ความเชื่อมั่น .728 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .727 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .745 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการของพนักงานของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .785 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการของพนักงานของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .754 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 2 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .713 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 2 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .705 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านสถานที่การให้บริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .912 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านสถานที่การให้บริการของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .701 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านความพึงพอใจของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .729 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านความพึงพอใจของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .744 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ

## 1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

## 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในสาขาของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ได้แก่ สาขาส่งงานใหญ่ สาขาเจริญกรุง สาขาประตูน้ำ สาขาพาหุรัด สาขาลาดพร้าว สาขาสาทรประดิษฐ์ สาขาสีลม สาขาสุขุมวิท 71 และสาขานานาเหนือ และสำหรับธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากธนาคารซีทีแบงก์ไม่มีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงทำการเก็บตัวอย่างที่สาขาส่งงานใหญ่เพียงที่เดียวโดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

### 2.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

2.2 ผู้วิจัยได้ขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ทั้ง 10 สาขา และธนาคารซีทีแบงก์ โดยที่ผู้ใช้บริการของธนาคาร มีความสะดวกและเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม

2.3 นำข้อมูลฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

2.4 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของคำถามในแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 :449) ผลลัพธ์ค่าเฉลี่ยค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับ ความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่า ระหว่าง  $-1 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง จากการนำแบบสอบถามไปคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 40 ชุดซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค

## การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pre-test) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ Cronbach's  $\alpha$

### 1.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง

1.3 เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ เท่านั้น

1.4 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว นำมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

1.5 นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการอธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินค้าบุคคล ทศนคติด้านการให้บริการสินค้าบุคคล ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินค้าบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์

### 2.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ในการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติ t-test และ One way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านเงื่อนไขของสินค้าบุคคล กับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์, ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินค้าบุคคล กับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ และใช้สถิติ Paired Sample t-Test ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์

## 3. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลูกค้าที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ แตกต่างกัน

การวิเคราะห์หาค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 2** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

**สมมติฐานข้อที่ 3** ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

การวิเคราะห์หาค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตร (อกินันท์ จันตะนี. 2538: 182) ดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

โดยที่  $P$  แทน ค่าร้อยละ  
 $f$  แทน ความถี่ที่สำรวจได้  
 $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ใช้ในการอธิบายผลของข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2549:48) ดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

โดยที่  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย  
 $\sum_{i=1}^n x_i$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด  
 $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) เป็นค่าฐานที่สองของค่าแปรปรวน ใช้ในการอธิบายผลของข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 48) ดังนี้

$$SD. = \sqrt{S^2}$$

คำนวณค่าแปรปรวนตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 38) ได้ดังนี้

$$S^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}$$

โดยที่  $S^2$  แทน ค่าแปรปรวนของตัวอย่าง

$x_i$  แทน คะแนนรวมของผู้ตอบคนที่  $i$

$\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ตรวจสอบแบบคุณภาพของแบบสอบถาม การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of Test) โดยใช้วิธีค่าครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2549: 34-35)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

โดยที่  $\alpha$  แทน Cronbachs' alpha coefficient

$k$  แทน จำนวนคำถาม

$\overline{\text{covariance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{\text{variance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

## 3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า Levene's Statistic (Levene's Test) ใช้เพื่อทดสอบความเท่ากันของค่าแปรปรวน  $k$  ประชากร คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 148) ดังนี้

$$F = \frac{MSTrt}{MSE}$$

สถิติทดสอบ  $F$  มีองศาอิสระ  $k-1, n-k$

|            |     |                                   |
|------------|-----|-----------------------------------|
| โดยที่ $F$ | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน $F$ -test |
| $MSTrt$    | แทน | ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม            |
| $MSE$      | แทน | ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม              |
| $k$        | แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง                |
| $n$        | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง              |

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยการทดสอบค่า  $t$ -test เพื่อให้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (เพศและสถานภาพสมรส) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549: 109) คือ

3.2.1 กรณีที่ค่าแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ  $t$  มีองศาอิสระ  $n_1 + n_2 - 2$

|                        |     |                                                        |
|------------------------|-----|--------------------------------------------------------|
| โดยที่ $t$             | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน $t$ -test                      |
| $\bar{x}_1, \bar{x}_2$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ                  |
| $S_p$                  | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม |
| $n_1, n_2$             | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ        |

### 3.2.2 กรณีที่ค่าแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ  $t$  มีองศาอิสระ  $v$

$$v = \frac{(S_1^2/n_1 + S_2^2/n_2)^2}{\frac{S_1^2/n_1}{n_1 - 1} + \frac{S_2^2/n_2}{n_2 - 1}}$$

โดยที่  $t$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test

$\bar{x}_1, \bar{x}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$S_1, S_2$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างของกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$n_1, n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$v$  แทน องศาอิสระ

### 3.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

แบบไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติ Pair t-test ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 4 ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์  
บัญชา. 2545: 250)

$$t = \frac{\bar{d} - d_0}{SD./\sqrt{n}}$$

เมื่อ  $t$  แทน ค่าที่ใช้ในการพิจารณาใน t-test  
 $\bar{d}$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม  
 $d_0$  แทน ค่าเฉลี่ยภายในกลุ่ม  
 $SD$ . แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง  
 $n$  แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

3.4 ค่า  $F$  ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไปโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (อายุการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 115) ดังนี้

$$F = \frac{MSB}{MSW}$$

โดยที่  $F$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน  $F$ -test  
 $MSB$  แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม  
 $MSW$  แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.5 Brown's Test ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ใช้สถิติทดสอบ คือ One-Way ANOVA เมื่อค่าแปรปรวนของตัวแปรต้นไม่เท่ากันอย่างน้อย 1 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548: 241) คำนวณโดยใช้สูตรดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW'}$$

โดยที่  $B$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown's Test  
 $MSB$  แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม  
 $MSW'$  แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.6 Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนเมื่อค่าแปรปรวนของตัวแปรต้นทุกกลุ่มเท่ากัน คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 243) ดังนี้

$$LSD = t_{\frac{1-\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

|        |          |                          |
|--------|----------|--------------------------|
| โดยที่ | $LSD$    | แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญ    |
|        | $MSE$    | แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม |
|        | $k$      | แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง   |
|        | $n$      | แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |
|        | $\alpha$ | แทน ระดับนัยสำคัญ        |

3.6 Dunnett's T3 ใช้ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนเมื่อค่าแปรปรวนของตัวแปรต้นไม่เท่ากัน อย่างน้อย 1 กลุ่ม (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2548: 241) คำนวณโดยใช้สูตรดังนี้

$$\overline{d_D} = \frac{q_D \sqrt{2(MSE)}}{\sqrt{n}}$$

|        |                  |                          |
|--------|------------------|--------------------------|
| โดยที่ | $\overline{d_D}$ | แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญ    |
|        | $q_D$            | แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญ    |
|        | $MSE$            | แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม |
|        | $n$              | แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |

3.8 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระกันต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2, 3, 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 311-312) ดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

|       |              |     |                                     |
|-------|--------------|-----|-------------------------------------|
| เมื่อ | $r_{xy}$     | แทน | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์              |
|       | $\Sigma X$   | แทน | ผลรวมของคะแนน X                     |
|       | $\Sigma Y$   | แทน | ผลรวมของคะแนน Y                     |
|       | $\Sigma X^2$ | แทน | ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง  |
|       | $\Sigma Y^2$ | แทน | ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง  |
|       | $\Sigma XY$  | แทน | ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่ |
|       | n            | แทน | จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง            |

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 < r < 1$  ความหมายของ (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2544 : 437)

1. ถ้าค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ถ้าค่า  $r$  เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
3. ถ้าค่า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้าค่า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้าค่า  $r$  เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้าค่า  $r$  เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อยและมีค่าระดับความสัมพันธ์ของสหสัมพันธ์ (Salkind. 2000 : 208)

| <u>ค่าระดับความสัมพันธ์</u> | <u>ระดับความสัมพันธ์</u> |
|-----------------------------|--------------------------|
| 0.81-1.00                   | สูง                      |
| 0.61-0.80                   | ค่อนข้างสูง              |
| 0.41-0.60                   | ปานกลาง                  |
| 0.21-0.40                   | ค่อนข้างต่ำ              |
| 0.01-0.20                   | ต่ำ                      |

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

|           |     |                                                           |
|-----------|-----|-----------------------------------------------------------|
| $n$       | แทน | จำนวนผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่าง                            |
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)                          |
| $S.D.$    | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)              |
| $df$      | แทน | ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)                  |
| $SS$      | แทน | ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)        |
| $MS$      | แทน | ค่าเฉลี่ยของผลรวมค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square) |
| $t$       | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution                    |
| $F$       | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution                    |
| $p$       | แทน | ค่านัยสำคัญทางสถิติ                                       |
| $r$       | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์                                 |
| *         | แทน | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05                            |
| **        | แทน | มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01                            |

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินค้าของลูกค้าของธนาคาร

สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการของสินค้าและบริการของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าและบริการของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าและบริการของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

| เพศ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย  | 223        | 55.80  |
| หญิง | 177        | 44.20  |
| รวม  | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าและบริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน เป็นเพศชายจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 โดยผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

| อายุ         | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------|------------|--------|
| 21 - 30 ปี   | 118        | 29.50  |
| 31 - 40 ปี   | 150        | 37.50  |
| 41 - 50 ปี   | 99         | 24.80  |
| 50 ปี ขึ้นไป | 33         | 8.20   |
| รวม          | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาได้แก่อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 และอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 ตามลำดับ โดยผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานภาพสมรส | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------|------------|--------|
| โสด         | 187        | 46.80  |
| สมรส        | 213        | 53.20  |
| รวม         | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และสถานภาพโสด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 โดยผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส

ตาราง 5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ระดับการศึกษา               | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------|--------|
| มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. | 25         | 6.20   |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า      | 59         | 14.80  |
| ปริญญาตรี                   | 273        | 68.20  |
| สูงกว่าปริญญาตรี            | 43         | 10.80  |
| รวม                         | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 273 คิดเป็นร้อยละ 68.20 รองลงมาได้แก่อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 59 คิดเป็นร้อยละ 14.60 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ตามลำดับ โดยผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี

ตาราง 6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

| อาชีพ                        | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| พนักงานบริษัทเอกชน           | 156        | 39.00  |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 92         | 23.00  |
| พนักงานธนาคาร                | 53         | 13.20  |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว          | 99         | 24.80  |
| รวม                          | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาได้แก่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ข้าราชการ/พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 พนักงานธนาคาร จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ โดยผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ตาราง 7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 20,000 บาท   | 39         | 9.80   |
| 20,001-30,000 บาท    | 81         | 20.20  |
| 30,001-40,000 บาท    | 72         | 18.00  |
| 40,001-50,000 บาท    | 47         | 11.80  |
| 50,001 บาทขึ้นไป     | 161        | 40.20  |
| รวม                  | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมาได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ โดยผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของ  
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล                             | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับทัศนคติ |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-------|--------------|
| <b>อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม</b>              |           |       |              |
| 1. อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อบุคคล                             | 3.61      | 1.165 | ดี           |
| 2. อัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้                       | 4.16      | 1.007 | ดี           |
| 3. อัตราค่าปรับเนื่องจากการผิดนัดชำระ                        | 2.76      | 0.958 | ปานกลาง      |
| 4. อัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้                         | 2.60      | 0.986 | ไม่ดี        |
| 5. อัตราค่าใช้จ่ายในการชำระเงินกู้ ณ จุดบริการต่างๆ          | 2.83      | 0.877 | ปานกลาง      |
| ภาพรวม                                                       | 3.19      | 0.697 | ปานกลาง      |
| <b>วงเงินกู้</b>                                             |           |       |              |
| 1. การให้วงเงินกู้สูงสุด                                     | 4.59      | 0.780 | ดีมาก        |
| 2. วงเงินที่ได้รับเพียงพอกับตามที่ขอสินเชื่อ                 | 4.48      | 0.813 | ดีมาก        |
| 3. จำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับเหมาะสมกับรายได้                   | 4.39      | 0.831 | ดีมาก        |
| ภาพรวม                                                       | 4.48      | 0.705 | ดีมาก        |
| <b>การผ่อนชำระเงินกู้คืน</b>                                 |           |       |              |
| 1. การผ่อนชำระคืนเงินกู้ตามสัญญา                             | 3.61      | 1.349 | ดี           |
| 2. การปิดบัญชีสัญญาเงินกู้ก่อนกำหนด                          | 3.45      | 1.118 | ดี           |
| 3. เงื่อนไขการชำระเงินกู้เกินกว่าจำนวนเงินผ่อนที่ธนาคารกำหนด | 2.92      | 1.032 | ปานกลาง      |
| 4. การตัดบัญชีชำระเงินกู้อัตโนมัติ                           | 2.52      | 1.218 | ไม่ดี        |
| ภาพรวม                                                       | 3.12      | 0.870 | ปานกลาง      |
| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของผู้บริโภคโดยภาพรวม                     | 3.60      | 0.550 | ดี           |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้ให้บริการมีทัศนคติเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยรวมธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาทัศนคติเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล ในแต่ละด้านพบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/อัตราค่าธรรมเนียม คือ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ และด้านอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อบุคคล มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 และ 3.61 ตามลำดับ รองลงมาคือ ด้านอัตราค่าใช้จ่ายในการชำระเงินกู้ ณ จุดบริการต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 และด้านอัตราค่าปรับเนื่องจากการผิดนัดชำระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ซึ่งมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง และด้านอัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 2.60 โดยมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี

**ด้านวงเงินกู้** เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมด้านวงเงินกู้ คือ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48 ซึ่งระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการทุกรายด้าน คือ อยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะ ด้านการให้วงเงินกู้สูงสุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.59 รองลงมาคือ ด้านวงเงินที่ได้รับเพียงพอกับตามที่ขอสินเชื่อ และด้านจำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับเหมาะสมกับรายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ละ 4.39 ตามลำดับ

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** พิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน คือ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผ่อนชำระคืนเงินกู้ตามสัญญา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.61 และด้านการปิดบัญชีสัญญาเงินกู้ก่อนกำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 โดยมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับดี ด้านเงื่อนไขการชำระเงินกู้เกินกว่าจำนวนเงินผ่อนที่ธนาคารกำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ซึ่งมีระดับทัศนคติระดับปานกลาง และด้านการตัดบัญชีชำระเงินกู้อัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 2.52 โดยมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของ  
ธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล                             | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับทัศนคติ |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-------|--------------|
| <b>อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม</b>              |           |       |              |
| 1. อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อบุคคล                             | 2.83      | 0.877 | ปานกลาง      |
| 2. อัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้                       | 3.54      | 0.822 | ดี           |
| 3. อัตราค่าปรับเนื่องจากการผิดนัดชำระ                        | 3.94      | 0.846 | ดี           |
| 4. อัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้                         | 2.94      | 0.917 | ปานกลาง      |
| 5. อัตราค่าใช้จ่ายในการชำระเงินกู้ ณ จุดบริการต่างๆ          | 2.89      | 0.979 | ปานกลาง      |
| ภาพรวม                                                       | 3.25      | 0.623 | ปานกลาง      |
| <b>วงเงินกู้</b>                                             |           |       |              |
| 1. การให้วงเงินกู้สูงสุด                                     | 4.03      | 0.807 | ดี           |
| 2. วงเงินที่ได้รับเพียงพอกับตามที่ขอสินเชื่อ                 | 3.73      | 0.791 | ดี           |
| 3. จำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับเหมาะสมกับรายได้                   | 3.66      | 0.867 | ดี           |
| ภาพรวม                                                       | 3.80      | 0.641 | ดี           |
| <b>การผ่อนชำระเงินกู้คืน</b>                                 |           |       |              |
| 1. การผ่อนชำระคืนเงินกู้ตามสัญญา                             | 3.22      | 1.085 | ปานกลาง      |
| 2. การปิดบัญชีสัญญาเงินกู้ก่อนกำหนด                          | 3.31      | 0.880 | ปานกลาง      |
| 3. เงื่อนไขการชำระเงินกู้เกินกว่าจำนวนเงินผ่อนที่ธนาคารกำหนด | 3.11      | 0.933 | ปานกลาง      |
| 4. การตัดบัญชีชำระเงินกู้อัตโนมัติ                           | 2.65      | 1.032 | ปานกลาง      |
| ภาพรวม                                                       | 3.07      | 0.662 | ปานกลาง      |
| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของผู้บริโภคโดยภาพรวม                     | 3.37      | 0.439 | ปานกลาง      |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้ให้บริการมีทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยรวมธนาคารซีทีแบงก์ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เมื่อพิจารณาทัศนคติเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล ในแต่ละด้านพบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารที่ดีแบ่งกัโดยภาพรวมด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/อัตราค่าธรรมเนียม คือ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอัตราค่ารับเนื่องจากการผิदनชำระและด้านอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และ 3.54 ตามลำดับ โดยมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ด้านอัตราค่าใช้จ่ายในการชำระเงินกู้ ณ จุดบริการต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ด้านอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 และด้านอัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ซึ่งมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง

**ด้านวงเงินกู้** เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารที่ดีแบ่งกัโดยภาพรวมด้านวงเงินกู้ คือ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการทุกรายด้าน คือ อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะ ด้านการให้วงเงินกู้สูงสุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.03 รองลงมาคือด้านวงเงินที่ได้รับเพียงพอ กับตามที่ขอสินเชื่อ และด้านจำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับเหมาะสมกับรายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3.66 ตามลำดับ

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** พิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารที่ดีแบ่งกัโดยภาพรวมด้านการผ่อนชำระเงินคืนคือ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 ซึ่งระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการทุกรายด้าน คือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะ ด้านการปิดบัญชีสัญญาเงินกู้ก่อนกำหนด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.31 รองลงมาคือด้านการผ่อนชำระคืนเงินกู้ตามสัญญา ด้านเงื่อนไขการชำระเงินกู้เกินกว่าจำนวนเงินผ่อนที่ธนาคารกำหนด และด้านการตัดบัญชีชำระเงินกู้อัตโนมัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22, 3.11 และ 2.65 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของ  
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล                 | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับทัศนคติ |
|------------------------------------------------------|-----------|-------|--------------|
| <b>การให้บริการของพนักงาน</b>                        |           |       |              |
| 1. พนักงานมีความรู้ความชำนาญในเรื่องของสินเชื่อบุคคล | 4.55      | 0.677 | ดีมาก        |
| 2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้ทันที            | 4.35      | 0.628 | ดีมาก        |
| 3. ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน             | 4.27      | 0.790 | ดีมาก        |
| 4. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความเป็นกันเอง           | 4.41      | 0.709 | ดีมาก        |
| 5. การเก็บรักษาความลับของลูกค้า                      | 4.49      | 0.804 | ดีมาก        |
| ภาพรวม                                               | 4.41      | 0.506 | ดีมาก        |
| <b>การให้บริการด้านสินเชื่อ</b>                      |           |       |              |
| 1. ความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้                    | 4.53      | 0.749 | ดีมาก        |
| 2. เงื่อนไขการขอวงเงินกู้เพิ่มเติม                   | 3.53      | 1.230 | ดี           |
| ภาพรวม                                               | 4.02      | 0.794 | ดี           |
| <b>ด้านสถานที่การให้บริการ</b>                       |           |       |              |
| 1. มีสาขาทั่วประเทศสะดวกแก่การติดต่อและชำระเงิน      | 4.46      | 0.877 | ดีมาก        |
| 2. เวลาเปิด-ปิดบริการ                                | 4.48      | 0.629 | ดีมาก        |
| 3. ท่าเลที่ตั้ง                                      | 4.37      | 0.758 | ดีมาก        |
| 4. ที่พักลูกค้าขณะรอรับบริการ                        | 4.38      | 0.792 | ดีมาก        |
| 5. บรรยากาศภายในธนาคาร                               | 4.44      | 0.808 | ดีมาก        |
| ภาพรวม                                               | 4.42      | 0.611 | ดีมาก        |
| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยภาพรวม        | 4.28      | 0.476 | ดีมาก        |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้บริโภคมั้ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในแต่ละด้านพบว่า

**ด้านการให้บริการของพนักงาน** เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมด้านการให้บริการของพนักงานคือ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.41 ซึ่งระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการทุกรายด้าน คือ อยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญในเรื่องของสินเชื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.55 รองลงมาได้แก่ด้านการเก็บรักษาความลับของลูกค้า ด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความเป็นกันเอง ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้ทันที และด้านการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49, 4.41, 4.35 และ 4.27 ตามลำดับ

**ด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ** เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมด้านการให้บริการด้านสินเชื่อคือ ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความรวดเร็วในการรับเงินกู้มีทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ด้านเงื่อนไขการขอเงินกู้เพิ่มเติม มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53

**ด้านสถานที่การให้บริการ**เมื่อพิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมด้านสถานที่การให้บริการคือ ระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านเวลาเปิด-ปิดบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือด้านการมีสาขาทั่วประเทศสะดวกแก่การติดต่อและชำระเงิน ด้านบรรยากาศภายในธนาคาร ด้านที่พักรูกค้าขณะรอรับบริการ และด้านทำเลที่ตั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46, 4.44, 4.38 และ 4.37 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล                 | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับทัศนคติ |
|------------------------------------------------------|-----------|-------|--------------|
| <b>การให้บริการของพนักงาน</b>                        |           |       |              |
| 1. พนักงานมีความรู้ความชำนาญในเรื่องของสินเชื่อบุคคล | 4.41      | 0.687 | ดีมาก        |
| 2. พนักงานสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้ทันที            | 4.31      | 0.718 | ดีมาก        |
| 3. ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน             | 4.18      | 0.782 | ดี           |
| 4. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความเป็นกันเอง           | 4.29      | 0.693 | ดีมาก        |
| 5. การเก็บรักษาความลับของลูกค้า                      | 4.35      | 0.807 | ดีมาก        |
| ภาพรวม                                               | 4.30      | 0.508 | ดีมาก        |
| <b>การให้บริการด้านสินเชื่อ</b>                      |           |       |              |
| 1. ความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้                    | 4.11      | 0.811 | ดี           |
| 2. เงื่อนไขการขอวงเงินกู้เพิ่มเติม                   | 3.80      | 0.829 | ดี           |
| ภาพรวม                                               | 3.95      | 0.697 | ดี           |
| <b>ด้านสถานที่การให้บริการ</b>                       |           |       |              |
| 1. มีสาขาทั่วประเทศสะดวกแก่การติดต่อและชำระเงิน      | 2.24      | 1.232 | ไม่ดี        |
| 2. เวลาเปิด-ปิดบริการ                                | 3.97      | 0.767 | ดี           |
| 3. ท่าเลที่ตั้ง                                      | 3.78      | 0.923 | ดี           |
| 4. ที่พักลูกค้าขณะรอรับบริการ                        | 4.03      | 0.757 | ดี           |
| 5. บรรยากาศภายในธนาคาร                               | 4.12      | 0.811 | ดี           |
| ภาพรวม                                               | 3.62      | 0.534 | ดี           |
| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยภาพรวม        | 3.96      | 0.419 | ดี           |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้บริภกรมีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ในแต่ละด้านพบว่า

**ด้านการให้บริการของพนักงาน** พิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารซีทีบีแบงก์โดยภาพรวมด้านการให้บริการของพนักงาน คือระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญในเรื่องของสินเชื่อบุคคล ด้านการเก็บรักษาความลับของลูกค้า ด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้ทันที และด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความเป็นกันเอง มีทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.35, 4.31 และ 4.29 ตามลำดับ ด้านให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** พิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารซีทีบีแบงก์โดยภาพรวมด้านการให้บริการสินเชื่อ คือ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือเงื่อนไขการขอวงเงินกู้เพิ่มเติม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

**ด้านสถานที่การให้บริการ** พิจารณาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารซีทีบีแบงก์โดยภาพรวมด้านสถานที่การให้บริการ คือ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบรรยากาศภายในธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือด้านที่พนักงานต้อนรับบริการ ด้านเวลาเปิด-ปิดบริการ และด้านทำเลที่ตั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 3.97 และ 3.78 ตามลำดับ ด้านมีสาขาทั่วประเทศสะดวกแก่การติดต่อและชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 ซึ่งมีทัศนคติอยู่ในระดับที่ไม่ดี

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทัศนคติด้านความพึงพอใจ                                             | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|-------|------------------|
| 1. การให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ท่านคาดหวังไว้ | 3.77      | 0.671 | พึงพอใจ          |
| 2. คุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                               | 3.60      | 0.657 | พึงพอใจ          |
| 3. ความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                      | 3.86      | 0.679 | พึงพอใจ          |
| ทัศนคติด้านความพึงพอใจโดยภาพรวม                                    | 3.74      | 0.546 | พึงพอใจ          |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้บริกรมมีทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 ซึ่งระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการทุกรายด้าน คือ อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยเฉพาะ ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.86 รองลงมาได้แก่ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ท่านคาดหวังไว้ และด้าน คุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ 3.60 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านความพึงพอใจ                                            | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความพึงพอใจ |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-------|------------------|
| 1.การให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ท่านคาดหวังไว้ | 3.45      | 0.639 | พึงพอใจ          |
| 2. คุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                              | 3.53      | 0.660 | พึงพอใจ          |
| 3. ความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                     | 3.59      | 0.684 | พึงพอใจ          |
| ทัศนคติด้านความพึงพอใจโดยภาพรวม                                   | 3.52      | 0.558 | พึงพอใจ          |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้บริกรมมีทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความพึงพอใจโดยรวมที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ท่านคาดหวังไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.45 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์**

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ผู้ตอบแบบสอบถามด้าน  
วัตถุประสงค์การให้บริการสินเชื่อ

| วัตถุประสงค์สำคัญที่ใช้บริการ                     | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------|------------|--------|
| ซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย                     | 69         | 17.20  |
| ซื้อรถ                                            | 25         | 6.20   |
| ต้องการไปชำระหนี้ที่อื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า | 224        | 56.00  |
| ขยายกิจการเพิ่มเติม                               | 82         | 20.60  |
| รวม                                               | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ คือ นำเงินไปชำระหนี้ที่อื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ ขยายกิจการเพิ่มเติม จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 ซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ซื้อรถจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล  
ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านวงเงินที่  
ได้รับการอนุมัติ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

| พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล     | Min    | Max       | $\bar{X}$ | S.D.       |
|---------------------------------------|--------|-----------|-----------|------------|
| วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ (บาท/ครั้ง) | 20,000 | 1,000,000 | 299,838   | 295,571.38 |
| ระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี)            | 0.20   | 5.00      | 1.33      | 1.005      |
| จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้ง)        | 1      | 7         | 1.53      | 0.633      |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ด้านวงเงินที่ได้รับการอนุมัติเฉลี่ย 299,838 บาทต่อครั้ง ด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าเฉลี่ย 1.33 ปี และด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ย 1.53 ครั้ง

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล

| พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล             | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการแนะนำ |
|-----------------------------------------------|-----------|-------|---------------|
| 1. การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล | 3.40      | 0.756 | ไม่แน่ใจ      |
| ภาพรวม                                        | 3.40      | 0.756 | ไม่แน่ใจ      |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล อยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านวงเงินที่ได้รับการอนุมัติ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

| พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล     | Min    | Max     | $\bar{X}$ | S.D.       |
|---------------------------------------|--------|---------|-----------|------------|
| วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ (บาท/ครั้ง) | 25,000 | 800,000 | 207,750   | 167,294.05 |
| ระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี)            | 0.10   | 5.00    | 1.69      | 0.990      |
| จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้ง)        | 1      | 5       | 1.23      | 0.559      |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ด้านวงเงินที่ได้รับการอนุมัติเฉลี่ย 207,750 บาทต่อครั้ง ด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าเฉลี่ย 1.69 ปี และด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ย 1.23 ครั้ง

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล

| พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล             | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการแนะนำ |
|-----------------------------------------------|-----------|-------|---------------|
| 1. การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล | 3.16      | 0.660 | ไม่แน่ใจ      |
| ภาพรวม                                        | 3.16      | 0.660 | ไม่แน่ใจ      |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน โดยผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล อยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางการชำระเงินที่ท่านไปใช้บริการ

| ช่องทางการชำระเงินที่ท่านไปใช้บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|--------|
| ธนาคารที่ท่านใช้บริการสินเชื่ออยู่   | 131        | 32.80  |
| ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ                   | 104        | 26.00  |
| เคาน์เตอร์เซอร์วิส                   | 165        | 41.20  |
| รวม                                  | 400        | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ช่องทางการชำระเงินที่ไปใช้บริการคือ เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาได้แก่ ธนาคารที่ให้บริการสินเชื่อบุคคล จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และธนาคารพาณิชย์อื่นๆ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ผู้ตอบแบบสอบถามด้าน เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชำระเงิน

| เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชำระเงิน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|------------|--------|
| เดินทางสะดวก                        | 261        | 65.20  |
| บริการประทับใจ                      | 46         | 11.50  |
| ไม่ต้องเสียค่าบริการ                | 93         | 23.30  |
| รวม                                 | 40         | 100.00 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ จำนวน 400 คน เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชำระเงินคือเดินทางสะดวก จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาได้แก่ ไม่ต้องเสียค่าบริการ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และ บริการประทับใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

## ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลูกค้ำที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.1** ลูกค้ำเพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็น  
อิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็  
ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดย มี  
สมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

| ความพึงพอใจของ<br>ผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล |               | Levene's Test For |      | เพศ  | t-test for Equality of Means |       |       |         |       |
|---------------------------------------------|---------------|-------------------|------|------|------------------------------|-------|-------|---------|-------|
|                                             |               | Equality of       |      |      | Mean                         | S.D   | t     | df      | prob. |
|                                             |               | Variances         |      |      |                              |       |       |         |       |
|                                             |               | F                 | Sig  |      |                              |       |       |         |       |
| การให้บริการ                                | Equal         | .627              | .429 | ชาย  | 3.78                         | 0.044 | .326  | 398     | .745  |
| สินเชื่อบุคคล                               | Variances     |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| โดย                                         | assumed       |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| เปรียบเทียบ                                 | Equal         |                   |      | หญิง | 3.76                         | 0.052 |       |         |       |
| กับสิ่งที่                                  | Variances not |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| คาดหวังไว้                                  | assumed       |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| คุณค่าของ                                   | Equal         | 2.199**           | .004 | ชาย  | 3.58                         | 0.587 |       |         |       |
| การให้บริการ                                | Variances     |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| โดยรวมของ                                   | assumed       |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| ธนาคาร                                      | Equal         |                   |      | หญิง | 3.63                         | 0.736 | -.717 | 331.344 | .474  |
|                                             | Variances not |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
|                                             | assumed       |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| ความพึง                                     | Equal         | 4.773*            | .029 | ชาย  | 3.87                         | 0.634 |       |         |       |
| พอใจ                                        | Variances     |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| โดยรวมของ                                   | assumed       |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
| ธนาคาร                                      | Equal         |                   |      | หญิง | 3.85                         | 0.734 | .323  | 349.034 | .747  |
|                                             | Variances not |                   |      |      |                              |       |       |         |       |
|                                             | assumed       |                   |      |      |                              |       |       |         |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .01 ผลการทดสอบแสดงดังตารางโดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's Test พบว่า

1. ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .429 ซึ่งมากกว่า .05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .745 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลูกค้ายที่มีเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .004 และ .029 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มแตกต่างกันจึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .474 และ .747 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลูกค้ายที่มีเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.2** ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละ

กลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 22 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                             | Levene<br>Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | 1.321               | 3   | 396 | .267  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                            | .343                | 3   | 396 | .794  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                      | 1.613               | 3   | 396 | .186  |

จากตาราง 22 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุ พบว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .267, .794 และ .186 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้<br>ใช้บริการสินเชื่อบุคคล                             | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS    | F     | p    |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|-------|-------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 2.696   | .899  | 2.010 | .112 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 177.054 | .447  |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 179.750 |       |       |      |
| ด้านคุณค่าของการ<br>ให้บริการโดยรวมของ<br>ธนาคาร                        | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | .125    | .042  | .096  | .692 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 171.875 | .433  |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 172.000 |       |       |      |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม<br>ของธนาคาร                                      | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 3.210   | 1.070 | 2.342 | .073 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 180.950 | .457  |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 184.160 |       |       |      |

จากตาราง 23 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .112, .692 และ .073 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.3** ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ของ  
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพการสมรส

| ความพึงพอใจของ<br>ผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                                     |                                   | Levene's Test For        |      |             |                              |      |         |     |       |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|------|-------------|------------------------------|------|---------|-----|-------|
|                                                                                 |                                   | Equality of<br>Variances |      | สถาน<br>ภาพ | t-test for Equality of Means |      |         |     |       |
|                                                                                 |                                   |                          |      |             | Mean                         | S.D  | t       | df  | prob. |
| การให้บริการ<br>สินเชื่อบุคคล<br>โดย<br>เปรียบเทียบ<br>กับสิ่งที่<br>คาดหวังไว้ | Equal<br>Variances<br>assumed     | 3.532                    | .061 | โสด         | 3.70                         | .700 | -2.088* | 398 | .039  |
| คุณค่าของ<br>การให้บริการ<br>โดยรวมของ<br>ธนาคาร                                | Equal<br>Variances not<br>assumed |                          |      | สมรส        | 3.84                         | .639 |         |     |       |
| ความพึง<br>พอใจ<br>โดยรวมของ<br>ธนาคาร                                          | Equal<br>Variances<br>assumed     | .279                     | .598 | โสด         | 3.53                         | .658 | -1.868  | 398 | .063  |
|                                                                                 | Equal<br>Variances not<br>assumed |                          |      | สมรส        | 3.66                         | .651 |         |     |       |
|                                                                                 | Equal<br>Variances<br>assumed     | .274                     | .601 | โสด         | 3.78                         | .642 | -2.347* | 398 | .019  |
|                                                                                 | Equal<br>Variances not<br>assumed |                          |      | สมรส        | 3.93                         | .704 |         |     |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบแสดงดังตารางโดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's Test พบว่า ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .061, .598 และ .601 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .039 และ .019 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพการสมรส โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลูกค้ำที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.4** ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไป

เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 25 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                             | Levene<br>Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | .191                | 3   | 396 | .903  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                            | .805                | 3   | 396 | .492  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                      | 1.648               | 3   | 396 | .178  |

จากตาราง 25 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา พบว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .903, .492 และ .178 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 26 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้<br>ใช้บริการสินเชื่อบุคคล                             | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS    | F     | p    |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|-------|-------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 1.729   | .576  | 1.282 | .280 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 178.021 | .450  |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 179.750 |       |       |      |
| ด้านคุณค่าของการ<br>ให้บริการโดยรวมของ<br>ธนาคาร                        | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 3.357   | 1.119 | 2.678 | .050 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 168.643 | .426  |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 172.000 |       |       |      |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม<br>ของธนาคาร                                      | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 1.289   | .430  | .930  | .426 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 182.871 | .462  |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 184.160 |       |       |      |

จากตาราง 26 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .280, .050 และ .426 ซึ่งมากกว่าและเท่ากับ .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.5** ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน  
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 27 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                             | Levene<br>Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | .541                | 3   | 396 | .655  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                            | 1.220               | 3   | 396 | .302  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                      | .146                | 3   | 396 | .932  |

จากตาราง 27 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอาชีพ พบว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .655, .302 และ .932 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 28 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้<br>ให้บริการสินเชื่อบุคคล                             | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS   | F     | p    |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|-------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 2.641   | .880 | 1.968 | .118 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 177.109 | .447 |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 179.750 |      |       |      |
| ด้านคุณค่าของการ<br>ให้บริการโดยรวมของ<br>ธนาคาร                        | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 1.636   | .545 | 1.267 | .285 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 170.364 | .430 |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 172.000 |      |       |      |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม<br>ของธนาคาร                                      | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 2.621   | .874 | 1.906 | .128 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 181.539 | .458 |       |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 184.160 |      |       |      |

จากตาราง 28 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .118, .285 และ .128 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.6** ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 29 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้โดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                         | Levene Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | 1.690            | 4   | 395 | .152  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                        | .736             | 4   | 395 | .568  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                  | 2.730*           | 4   | 395 | .029  |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุ พบว่า

1. ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้และด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารมีค่า Probability (p) เท่ากับ .152 และ .568 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน
2. ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารมีค่า Probability (p) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 30 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร

สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                         | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS   | F     | p    |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|-------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | ระหว่างกลุ่ม     | 4   | 3.603   | .901 | 2.020 | .091 |
|                                                                 | ภายในกลุ่ม       | 395 | 176.147 | .446 |       |      |
|                                                                 | รวม              | 399 | 179.750 |      |       |      |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                        | ระหว่างกลุ่ม     | 4   | .656    | .164 | .378  | .824 |
|                                                                 | ภายในกลุ่ม       | 395 | 171.344 | .434 |       |      |
|                                                                 | รวม              | 399 | 172.000 |      |       |      |

จากตาราง 30 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .091 และ .824 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคล |                  | Statistic | df1 | df2     | Prob. |
|---------------------------------------------|------------------|-----------|-----|---------|-------|
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร              | Brown - Forsythe | 1.752     | 4   | 266.451 | .139  |

จากตาราง 31 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .139 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.7** ลูกค้าเพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของ  
ธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามเพศ

| ความพึงพอใจของ<br>ผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล |               | Levene's Test For |      | เพศ  | t-test for Equality of Means |      |        |         |       |
|---------------------------------------------|---------------|-------------------|------|------|------------------------------|------|--------|---------|-------|
|                                             |               | Equality of       |      |      | Mean                         | S.D  | t      | df      | prob. |
|                                             |               | Variances         |      |      |                              |      |        |         |       |
|                                             |               | F                 | Sig  |      |                              |      |        |         |       |
| การให้บริการ                                | Equal         | 3.476             | .063 | ชาย  | 3.42                         | .601 | -1.070 | 398     | .285  |
| สินเชื่อบุคคล                               | Variances     |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| โดย                                         | assumed       |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| เปรียบเทียบ                                 | Equal         |                   |      | หญิง | 3.49                         | .683 |        |         |       |
| กับสิ่งที่                                  | Variances not |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| คาดหวังไว้                                  | assumed       |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| คุณค่าของ                                   | Equal         | 7.690**           | .006 | ชาย  | 3.52                         | .599 |        |         |       |
| การให้บริการ                                | Variances     |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| โดยรวมของ                                   | assumed       |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| ธนาคาร                                      | Equal         |                   |      | หญิง | 3.53                         | .731 | -.094  | 337.482 | .925  |
|                                             | Variances not |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
|                                             | assumed       |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| ความพึง                                     | Equal         | 10.269**          | .001 | ชาย  | 3.63                         | .616 |        |         |       |
| พอใจ                                        | Variances     |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| โดยรวมของ                                   | assumed       |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
| ธนาคาร                                      | Equal         |                   |      | หญิง | 3.64                         | .761 | 1.212  | 334.682 | .226  |
|                                             | Variances not |                   |      |      |                              |      |        |         |       |
|                                             | assumed       |                   |      |      |                              |      |        |         |       |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบแสดงดังตารางโดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's Test พบว่า

1. ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .285 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลูกค้ายที่มีเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .006 และ .001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 แสดงว่าค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มแตกต่างกันจึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .925 และ .226 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลูกค้ายที่มีเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.8** ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความ

แปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 33 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                         | Levene<br>Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | 1.974               | 3   | 396 | .117  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                        | 1.236               | 3   | 396 | .296  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                  | .743                | 3   | 396 | .527  |

จากตาราง 33 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุ พบว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารชี้ได้เช่นกัน มีค่า Probability (p) เท่ากับ .117, .296 และ .527 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 34 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์  
จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้<br>ให้บริการสินเชื่อบุคคล                             | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS    | F      | p    |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|-------|--------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 3.412   | 1.137 | 2.824* | .039 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 159.485 | .403  |        |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 162.897 |       |        |      |
| ด้านคุณค่าของการ<br>ให้บริการโดยรวมของ<br>ธนาคาร                        | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 2.752   | .917  | 2.125  | .096 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 170.945 | .432  |        |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 173.698 |       |        |      |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม<br>ของธนาคาร                                      | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 1.383   | .461  | .985   | .400 |
|                                                                         | ภายในกลุ่ม       | 396 | 185.377 | .468  |        |      |
|                                                                         | รวม              | 399 | 186.760 |       |        |      |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามอายุ พบว่ามีค่า Probability (p) เท่ากับ .039 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ลูกค้ายี่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้บุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

เพื่อให้ทราบว่า ระดับรายได้คู่ใดที่มีความแตกต่างบ้าง จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของ  
ธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามอายุ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

| อายุ                | 21-30 ปี | 31-40 ปี       | 41-50 ปี         | มากกว่า 50 ปีขึ้นไป |
|---------------------|----------|----------------|------------------|---------------------|
| Mean                | 3.50     | 3.52           | 3.30             | 3.36                |
| 21-30 ปี            | 3.50     | -.02<br>(.798) | .197*<br>(.023)  | .136<br>(.276)      |
| 31-40 ปี            | 3.52     |                | .217**<br>(.009) | .156<br>(.201)      |
| 41-50 ปี            | 3.30     |                |                  | -.061<br>(.635)     |
| มากกว่า 50 ปีขึ้นไป | 3.36     |                |                  |                     |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 35 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามอายุ พบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

1. ลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างจากลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี หมายความว่าลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ .197

2. ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างจากลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี หมายความว่าลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ .217

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนการพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .096 และ .400 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.9** ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร  
ซีทีแบงก์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

| ความพึงพอใจของ<br>ผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล |               | Levene's Test For        |      | สถาน<br>ภาพ | t-test for Equality of Means |      |          |      |       |
|---------------------------------------------|---------------|--------------------------|------|-------------|------------------------------|------|----------|------|-------|
|                                             |               | Equality of<br>Variances |      |             | Mean                         | S.D  | t        | df   | prob. |
|                                             |               | F                        | Sig  |             |                              |      |          |      |       |
| การให้บริการ                                | Equal         | 2.941                    | .087 | โสด         | 3.45                         | .681 | .206     | .398 | .837  |
| สินเชื่อบุคคล                               | Variances     |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| โดย                                         | assumed       |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| เปรียบเทียบ                                 | Equal         |                          |      | สมรส        | 3.44                         | .601 |          |      |       |
| กับสิ่งที่                                  | Variances not |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| คาดหวังไว้                                  | assumed       |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| คุณค่าของ                                   | Equal         | 3.756                    | .053 | โสด         | 3.43                         | .702 | -2.857** | 398  | .005  |
| การให้บริการ                                | Variances     |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| โดยรวมของ                                   | assumed       |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| ธนาคาร                                      | Equal         |                          |      | สมรส        | 3.62                         | .608 |          |      |       |
|                                             | Variances not |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
|                                             | assumed       |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| ความพึง                                     | Equal         | 1.949                    | .164 | โสด         | 3.52                         | .706 | -1.959   | 398  | .051  |
| พอใจ                                        | Variances     |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| โดยรวมของ                                   | assumed       |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
| ธนาคาร                                      | Equal         |                          |      | สมรส        | 3.65                         | .660 |          |      |       |
|                                             | Variances not |                          |      |             |                              |      |          |      |       |
|                                             | assumed       |                          |      |             |                              |      |          |      |       |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบแสดงดังตารางโดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's Test พบว่า ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวม มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .087, .053 และ .164 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร ชิตี้แบงก์ จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .837 และ .051 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารชิตี้แบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารชิตี้แบงก์จำแนกตามสถานภาพการสมรส โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  นั่นคือ ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารชิตี้แบงก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**สมมติฐานข้อที่ 1.10** ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารชิตี้แบงก์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารชิตี้แบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารชิตี้แบงก์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe

test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 37 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                         | Levene Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | 2.683*           | 3   | 396 | .046  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                        | .217             | 3   | 396 | .884  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                  | .143             | 3   | 396 | .934  |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา พบว่า

1. ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้มีค่า Probability (p) เท่ากับ .046 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มการศึกษาแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe Test ในการทดสอบสมมติฐาน

2. ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารมีค่า Probability (p) เท่ากับ .884 และ .934 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร ซิตี้แบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อ |          | Statistic | df1 | df2     | Prob. |
|------------------------------------|----------|-----------|-----|---------|-------|
| บุคคล                              |          |           |     |         |       |
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดย   | Brown -  | 2.782*    | 3   | 146.654 | .043  |
| เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้    | Forsythe |           |     |         |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร ซิตี้แบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร ซิตี้แบงก์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเพื่อให้ทราบว่ากลุ่มระดับการศึกษาในรายใดที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Dunnett's T3 ดังแสดงในตารางดังนี้

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้วิธีแบบ Dunnett's T3

| ระดับการศึกษา              | $\bar{X}$ | มัธยมศึกษาตอนปลาย/<br>ปวช. | อนุปริญญาหรือเทียบเท่า | ปริญญาตรี        | สูงกว่าปริญญาตรี  |
|----------------------------|-----------|----------------------------|------------------------|------------------|-------------------|
|                            |           | 3.16                       | 3.39                   | 3.47             | 3.58              |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/<br>ปวช. | 3.16      |                            | -0.230<br>(.472)       | -0.305<br>(.080) | -0.421*<br>(.033) |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า     | 3.39      |                            |                        | -0.075<br>(.958) | -0.192<br>(.574)  |
| ปริญญาตรี                  | 3.47      |                            |                        |                  | -0.116<br>(.933)  |
| สูงกว่าปริญญาตรี           | 3.58      |                            |                        |                  |                   |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

1. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างจากลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี หมายความว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ น้อยกว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ .421

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 40 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์  
จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้<br>ให้บริการสินเชื่อบุคคล      | แหล่งความแปรปรวน                  | df              | SS                         | MS           | F    | P    |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------|----------------------------|--------------|------|------|
| ด้านคุณค่าของการ<br>ให้บริการโดยรวมของ<br>ธนาคาร | ระหว่างกลุ่ม<br>ภายในกลุ่ม<br>รวม | 3<br>396<br>399 | .475<br>173.222<br>173.698 | .158<br>.437 | .362 | .780 |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม                            | ระหว่างกลุ่ม<br>ภายในกลุ่ม<br>รวม | 3<br>396<br>399 | .487<br>186.273<br>186.760 | .162<br>.470 | .345 | .793 |

ส่วนการพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .780 และ .793 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลใน ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.11** ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความ

แปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 41 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                         | Levene Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | 1.035            | 3   | 396 | .377  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                        | 6.743**          | 3   | 396 | .000  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                  | 1.224            | 3   | 396 | .300  |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 41 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอาชีพ พบว่า

1. ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไว้มีค่า Probability (p) เท่ากับ .377 และ .300 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มการศึกษาไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

2. ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มระดับอาชีพแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 42 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีบีแบงก์  
จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test

| ความพึงพอใจของผู้<br>ให้บริการสินเชื่อบุคคล                          | แหล่งความแปรปรวน | df  | SS      | MS   | F     | p    |
|----------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|-------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวัง | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 1.009   | .336 | .822  | .482 |
|                                                                      | ภายในกลุ่ม       | 396 | 161.889 | .409 |       |      |
|                                                                      | รวม              | 399 | 162.898 |      |       |      |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                | ระหว่างกลุ่ม     | 3   | 1.816   | .605 | 1.296 | .275 |
|                                                                      | ภายในกลุ่ม       | 396 | 184.944 | .467 |       |      |
|                                                                      | รวม              | 399 | 186.760 |      |       |      |

จากตาราง 42 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีบีแบงก์ จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีค่า Probability (p) เท่ากับ .482 และ .275 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ลูกค้ายที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีบีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
ซีทีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคล  |                     | Statistic | df1 | df2     | Prob. |
|----------------------------------------------|---------------------|-----------|-----|---------|-------|
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของ<br>ธนาคาร | Brown -<br>Forsythe | .302      | 3   | 197.698 | .824  |

จากตาราง 43 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้าน  
คุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์จำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า มีค่า Probability  
(p) เท่ากับ .824 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดง  
ว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการ  
ให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 1.12** ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อ  
บุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีที  
แบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีที  
แบงก์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบ แบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทาง  
เดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe  
test การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละ  
กลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และถ้าความ  
แปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธ  
สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐาน  
หลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไป  
เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant

Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ ค่า Prob. มีค่าน้อยกว่า .05

ตาราง 44 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้โดยใช้ Levene's Test

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                             | Levene<br>Statistic | df1 | df2 | Prob. |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|-----|-------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | 1.550               | 4   | 395 | .187  |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                            | 3.739**             | 4   | 395 | .005  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร                                      | 3.544**             | 4   | 395 | .007  |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 44 ผลการทดสอบความแปรปรวนแต่ละกลุ่มรายได้ พบว่า

1. ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้มีค่า Probability (p) เท่ากับ .187 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มการศึกษาไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

2. ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร และ ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารมีค่า Probability (p) เท่ากับ .005 และ .007 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มระดับอาชีพแตกต่างกัน จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 45 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์  
จำแนกตามรายได้โดยใช้สถิติ F-test

|                          | แหล่งความ<br>แปรปรวน | df  | SS      | MS   | F     | p    |
|--------------------------|----------------------|-----|---------|------|-------|------|
| ด้านการให้บริการสินเชื่อ | ระหว่างกลุ่ม         | 4   | 2.018   | .505 | 1.239 | .294 |
| บุคคลโดยเปรียบเทียบกับ   | ภายในกลุ่ม           | 395 | 160.879 | .407 |       |      |
| สิ่งที่คาดหวังไว้        | รวม                  | 399 | 162.898 |      |       |      |

จากตาราง 45 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามรายได้ พบว่ามีค่า Probability (p) เท่ากับ .294 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ลูกค้ายที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มรายได้ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe

| ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคล |                  | Statistic | df1 | df2     | Prob. |
|---------------------------------------------|------------------|-----------|-----|---------|-------|
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร    | Brown-Forsythe   | 2.648*    | 4   | 219.230 | .034  |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร              | Brown - Forsythe | .981      | 4   | 246.682 | .419  |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารของธนาคารซีทีแบงก์จำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้ายที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้าน

คุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่า ระดับรายได้ใดที่มีความแตกต่างบ้าง จึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามรายได้ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

| รายได้                   | Mean | ต่ำกว่า 20,000 บาท | 20,000 – 30,000 บาท | 30,001 – 40,000 บาท | 40,001 – 50,000 บาท | ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป |
|--------------------------|------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------------|
|                          |      | 3.51               | 3.40                | 3.64                | 3.74                | 3.48                     |
| ต่ำกว่า 20,000 บาท       | 3.51 |                    | .118<br>(.997)      | -.126<br>(.993)     | -.232<br>(.767)     | .028<br>(1.000)          |
| 20,001 – 30,000 บาท      | 3.40 |                    |                     | -.244<br>(.202)     | .350*<br>(.029)     | .089<br>(.983)           |
| 30,001 – 40,000 บาท      | 3.64 |                    |                     |                     | -.106<br>(.980)     | .154<br>(.517)           |
| 40,001 – 50,000 บาท      | 3.74 |                    |                     |                     |                     | .260<br>(.081)           |
| ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป | 3.48 |                    |                     |                     |                     |                          |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 47 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารจำแนกตามรายได้ พบว่าลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

1. ลูกค้ำที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างจากลูกค้ำที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท หมายความว่าลูกค้ำที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ต่ำกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ .350

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 46 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ .419 ซึ่งมากกว่า .05 คือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 2.1** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 48 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |               |             |                           |                 |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|---------------------------|-----------------|
|                                                  | n                                                                                                                                                       | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์         | ทิศทาง          |
| ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม     | 400                                                                                                                                                     | .085          | .088        | ไม่มีความสัมพันธ์         | -               |
| ด้านวงเงินกู้                                    | 400                                                                                                                                                     | .272**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ | เดียวกัน        |
| ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                        | 400                                                                                                                                                     | .003          | .957        | ไม่มีความสัมพันธ์         | -               |
| <b>ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                                                              | <b>.154**</b> | <b>.002</b> | <b>มีความสัมพันธ์ต่ำ</b>  | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .154 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการ ให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .088 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านอัตราดอกเบี้ย เงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านวงเงินกู้** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านวงเงินกู้ กับความพึงพอใจการใช้ บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่น คือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านวงเงินกู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการ ให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .272 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือลูกค้ามีเมื่อทศนคดีด้าน เงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลต่อด้านวงเงินกู้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการ ให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการผ่อนชำระ เงินกู้คืนกับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดย เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .957 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติ ฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 2.2** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึง พพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 49 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ |             |             |                          |          |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|--------------------------|----------|
|                                                  | n                                                                                                                        | r           | p           | ระดับความสัมพันธ์        | ทิศทาง   |
| ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม     | 400                                                                                                                      | -.008       | .868        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -        |
| ด้านวงเงินกู้                                    | 400                                                                                                                      | .096        | .055        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -        |
| ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                        | 400                                                                                                                      | .016        | .748        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -        |
| <b>ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                               | <b>.051</b> | <b>.311</b> | <b>ไม่มีความสัมพันธ์</b> | <b>-</b> |

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .311 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .868 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านวงเงินกู้** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านวงเงินกู้ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .055 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านวงเงินกู้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนกับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์มีค่า Probability (p) เท่ากับ .748 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 2.3** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 50 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |              |             |                          |                 |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------------------|-----------------|
|                                                 | n                                                                                                                       | r            | p           | ระดับความสัมพันธ์        | ทิศทาง          |
| ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม    | 400                                                                                                                     | .007         | .889        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -               |
| ด้านวงเงินกู้                                   | 400                                                                                                                     | .201**       | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ        | เดียวกัน        |
| ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                       | 400                                                                                                                     | .043         | .391        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -               |
| <b>ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                              | <b>.112*</b> | <b>.026</b> | <b>มีความสัมพันธ์ต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .112 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .889 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านวงเงินกู้** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านวงเงินกู้ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านวงเงินกู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .021 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับที่ต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลต่อด้านวงเงินกู้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์

เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนกับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .391 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 2.4** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 51 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์ |               |             |                          |                 |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|--------------------------|-----------------|
|                                                  | n                                                                                        | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์        | ทิศทาง          |
| ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม     | 400                                                                                      | -.041         | .419        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -               |
| ด้านวงเงินกู้                                    | 400                                                                                      | .200**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ        | เดียวกัน        |
| ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                        | 400                                                                                      | .108*         | .031        | มีความสัมพันธ์ต่ำ        | เดียวกัน        |
| <b>ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                               | <b>.132**</b> | <b>.008</b> | <b>มีความสัมพันธ์ต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .132 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .419 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

การใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านวงเงินกู้** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านวงเงินกู้ กับความพึงพอใจการใช้  
บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p)  
เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดง  
ว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านวงเงินกู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการ  
สินเชื่อบุคคลด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .200 แสดงว่าโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทาง  
เดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลต่อด้านวงเงินกู้ของ  
ผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล  
ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการผ่อนชำระ  
เงินกู้คืนกับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของ  
ธนาคารซีทีแบงก์มีค่า Probability (p) เท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก  
( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการผ่อน  
ชำระเงินกู้คืน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ด้านคุณค่าของการ  
ให้บริการโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์  
สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .108 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามี  
ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลต่อด้านวงเงินกู้ของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์  
ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของ  
ธนาคารซีทีแบงก์สูงขึ้น

**สมมติฐานข้อที่ 2.5** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึง  
พอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด  
(ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการ  
สินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการ  
สินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |             |             |                             |          |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-----------------------------|----------|
|                                                  | n                                                                                                            | r           | p           | ระดับความสัมพันธ์           | ทิศทาง   |
| ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม     | 400                                                                                                          | -.042       | .402        | ไม่มีความสัมพันธ์           | -        |
| ด้านวงเงินกู้                                    | 400                                                                                                          | .149**      | .003        | มีความสัมพันธ์ต่ำ           | เดียวกัน |
| ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                        | 400                                                                                                          | -.041       | .419        | ไม่มีความสัมพันธ์           | -        |
| <b>ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                   | <b>.025</b> | <b>.622</b> | <b>ไม่มีความสัมพันธ์ต่ำ</b> | <b>-</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .622 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .402 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านวงเงินกู้** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านวงเงินกู้ กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านวงเงินกู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .149 แสดงว่า โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับที่ต่ำกล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลต่อด้านวงเงินกู้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนกับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .419 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 2.6** ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคดีด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์ |              |             |                          |                 |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------------------|-----------------|
|                                                  | n                                                                              | r            | p           | ระดับความสัมพันธ์        | ทิศทาง          |
| ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม     | 400                                                                            | -.011        | .822        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -               |
| ด้านวงเงินกู้                                    | 400                                                                            | .171**       | .001        | มีความสัมพันธ์ต่ำ        | เดียวกัน        |
| ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                        | 400                                                                            | .076         | .127        | ไม่มีความสัมพันธ์ต่ำ     | -               |
| <b>ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                     | <b>.116*</b> | <b>.020</b> | <b>มีความสัมพันธ์ต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมุติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .116 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติ

ด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม กับคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .822 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ / อัตราค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านวงเงินกู้** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านวงเงินกู้ กับคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านวงเงินกู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .171 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลต่อด้านวงเงินกู้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

**ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนกับคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์มีค่า Probability (p) เท่ากับ .127 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ด้านความพึงพอใจโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 3** ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 3.1** ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |               |             |                                  |                 |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                                  | n                                                                                                                                                        | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์                | ทิศทาง          |
| การให้บริการของพนักงาน                           | 400                                                                                                                                                      | .240**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| การให้บริการด้านสินเชื่อ                         | 400                                                                                                                                                      | .052          | .299        | ไม่มีความสัมพันธ์                | -               |
| ด้านสถานที่การให้บริการ                          | 400                                                                                                                                                      | .323**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| <b>ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                                                               | <b>.252**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .252 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**การให้บริการของพนักงาน** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .240 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านการให้บริการของพนักงานของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .299 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านสถานที่การให้บริการ** ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการกับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .323 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น

**สมมติฐานข้อที่ 3.2** ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับ ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ |               |             |                           |                 |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|---------------------------|-----------------|
|                                                   | n                                                                                                                        | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์         | ทิศทาง          |
| การให้บริการของพนักงาน                            | 400                                                                                                                      | .227**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ | เดียวกัน        |
| การให้บริการด้านสินเชื่อ                          | 400                                                                                                                      | .049          | .324        | ไม่มีความสัมพันธ์         | -               |
| ด้านสถานที่การให้บริการ                           | 400                                                                                                                      | .149**        | .003        | มีความสัมพันธ์ต่ำ         | เดียวกัน        |
| <b>ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                               | <b>.183**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ต่ำ</b>  | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .183 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**การให้บริการของพนักงาน** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า

.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .227 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงานมีระดับดีขึ้น ก็มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบ กับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .324 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านสถานที่การให้บริการ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการ กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .149 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านสถานที่การให้บริการ มีระดับดีขึ้น ก็มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 3.3** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 56 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |               |             |                                  |                 |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                                  | n                                                                                                                       | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์                | ทิศทาง          |
| การให้บริการของพนักงาน                           | 400                                                                                                                     | .175**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| การให้บริการด้านสินเชื่อ                         | 400                                                                                                                     | .058          | .246        | ไม่มีความสัมพันธ์                | -               |
| ด้านสถานที่การให้บริการ                          | 400                                                                                                                     | .294**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| <b>ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                                                              | <b>.220**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .220 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**การให้บริการของพนักงาน** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .175 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลต่อการให้บริการของพนักงานของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็ จะมีความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .246 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

**ด้านสถานที่การให้บริการ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการกับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า

กว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ( $r$ ) .294 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น

**สมมติฐานข้อที่ 3.4** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 57 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับ ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ |               |             |                                  |                 |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                                   | n                                                                                       | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์                | ทิศทาง          |
| การให้บริการของพนักงาน                            | 400                                                                                     | .241**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| การให้บริการด้านสินเชื่อ                          | 400                                                                                     | .149**        | .003        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| ด้านสถานที่การให้บริการ                           | 400                                                                                     | .198**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| <b>ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                              | <b>.265**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .265 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**การให้บริการของพนักงาน** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของ

การให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .241 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงานมีระดับดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ กับคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .149 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงานมีระดับดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**ด้านสถานที่การให้บริการ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการ กับคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .198 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านสถานที่การให้บริการ มีระดับดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 3.5** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับคามพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 58 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล       | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |        |      |                           |          |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------|---------------------------|----------|
|                                           | n                                                                                                             | r      | p    | ระดับความสัมพันธ์         | ทิศทาง   |
| การให้บริการของพนักงาน                    | 400                                                                                                           | .161** | .001 | มีความสัมพันธ์ต่ำ         | เดียวกัน |
| การให้บริการด้านสินเชื่อ                  | 400                                                                                                           | .031   | .541 | ไม่มีความสัมพันธ์         | -        |
| ด้านสถานที่การให้บริการ                   | 400                                                                                                           | .233** | .000 | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ | เดียวกัน |
| ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวม | 400                                                                                                           | .174** | .000 | มีความสัมพันธ์ต่ำ         | เดียวกัน |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .174 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**การให้บริการของพนักงาน** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .161 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลต่อการให้บริการของพนักงานของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .541 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านสถานที่การให้บริการ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการกับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของ

สินเชื่อบุคคล ในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .233 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านสถานที่การให้บริการของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็จะมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

**สมมติฐานข้อที่ 3.6** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับ ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

| ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล              | ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ |               |             |                                  |                 |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                                   | n                                                                             | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์                | ทิศทาง          |
| การให้บริการของพนักงาน                            | 400                                                                           | .246**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| การให้บริการด้านสินเชื่อ                          | 400                                                                           | .152**        | .002        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| ด้านสถานที่การให้บริการ                           | 400                                                                           | .172**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| <b>ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวม</b> | <b>400</b>                                                                    | <b>.258**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .258 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น ก็ จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**การให้บริการของพนักงาน** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการของพนักงาน กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r)

.246 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงานมีระดับดีขึ้น ก็มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**การให้บริการด้านสินเชื่อ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .152 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการของพนักงานมีระดับดีขึ้น ก็มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**ด้านสถานที่การให้บริการ** ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านสถานที่การให้บริการ กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .172 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการ มีระดับดีขึ้น ก็มีความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ ดีขึ้นด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร**  
**สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ**  
**สินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์**

**สมมติฐานข้อที่ 4.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**  
**แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดย**  
**เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์**

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paire t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 60 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบับสิ่งที่คาดหวังไว้บุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด กับธนาคารซีทีแบงก์

| เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบับสิ่งที่คาดหวังไว้                                          | Mean<br>ธนาคาร<br>สแตนดาร์ด<br>ชาร์เตอร์<br>(ไทย)<br>จำกัด | Mean<br>ธนาคาร<br>ซีทีแบงก์ | Mean<br>Differences | S.D. | t       | Df  | Sig. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|------|---------|-----|------|
| ความพึงพอใจของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน)กับธนาคารซีที<br>แบงก์ในด้านการให้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลโดยเปรียบเทียบับสิ่งที่<br>คาดหวังไว้ | 3.78                                                       | 3.45                        | .328                | .795 | 8.240** | 399 | .000 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจมากกว่า ธนาคารซีทีแบงก์ โดยมีค่าผลต่างของค่าเฉลี่ย .328

**สมมติฐานข้อที่ 4.2** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paire t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์

|                                                                                                                  | Mean                                  | Mean            | Mean        | S.D. | t       | Df  | Sig. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------|-------------|------|---------|-----|------|
| เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในการในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม                    | ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด | ธนาคารซีทีแบงก์ | Differences |      |         |     |      |
| ความพึงพอใจของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม | 3.60                                  | 3.53            | .073        | .681 | 2.130** | 399 | .000 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจมากกว่า ธนาคารซีทีแบงก์ โดยมีค่าผลต่างของค่าเฉลี่ย .073

**สมมติฐานข้อที่ 4.3** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของในด้านความพึงพอใจโดยรวมธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยที่กลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน  
(Paire t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 62 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจ

โดยรวมบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์

|                                                                                                                  | Mean                                               | Mean                | Mean        | S.D. | t       | Df  | Sig. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------|-------------|------|---------|-----|------|
| เปรียบเทียบระดับความพึง<br>พอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลในการในด้านความ<br>พึงพอใจโดยรวม                  | ธนาคาร<br>สแตนดาร์ด<br>ชาร์เตอร์<br>(ไทย)<br>จำกัด | ธนาคาร<br>ซีทีแบงก์ | Differences |      |         |     |      |
| ความพึงพอใจของธนาคาร<br>สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน)กับธนาคารซีที<br>แบงก์ในด้านความพึงพอใจโดยรวม | 3.86                                               | 3.59                | .270        | .780 | 6.922** | 399 | .000 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลใน  
ด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีที  
แบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ  
ยอมรับสมมุติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในในความพึงพอใจ  
โดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในในด้านความพึงพอใจ  
โดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจมากกว่า ธนาคาร  
ซีทีแบงก์ โดยมีค่าผลต่างของค่าเฉลี่ย .270

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 5.1** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับ  
พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด  
ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล                                | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลา<br>การเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) |       |      |                   | ทิศทาง |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-------------------|--------|
|                                                                     | n                                                                                                                    | r     | p    | ระดับความสัมพันธ์ |        |
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | 400                                                                                                                  | -.026 | .603 | ไม่มีความสัมพันธ์ | -      |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล                                | 400                                                                                                                  | .039  | .434 | ไม่มีความสัมพันธ์ | -      |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                               | 400                                                                                                                  | .005  | .927 | ไม่มีความสัมพันธ์ | -      |
| ด้านความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล                            | 400                                                                                                                  | .007  | .888 | ไม่มีความสัมพันธ์ | -      |

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีค่า Probability (p) เท่ากับ .888 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้านความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .603 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .434 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านความพึงพอใจโดยรวม** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .927 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 5.2** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับ  
พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์

| ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล                                | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลา<br>การเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ |              |             |                          | ทิศทาง   |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------------------|----------|
|                                                                     | n                                                                                  | r            | p           | ระดับความสัมพันธ์        |          |
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | 400                                                                                | -.089        | .075        | ไม่มีความสัมพันธ์        |          |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล                                | 400                                                                                | .021         | .675        | ไม่มีความสัมพันธ์        |          |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                               | 400                                                                                | .027         | .591        | ไม่มีความสัมพันธ์        | -        |
| <b>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล</b>                         | <b>400</b>                                                                         | <b>-.015</b> | <b>.769</b> | <b>ไม่มีความสัมพันธ์</b> | <b>-</b> |

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อ  
บุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์  
โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation  
coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีค่า Probability (p) เท่ากับ .769 ซึ่ง  
มากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติด้าน  
ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ  
การใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05  
และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้** ความพึงพอใจการ  
ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้กับ  
พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า  
Probability (p) เท่ากับ .075 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติ  
ฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดย  
เปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้าน  
ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล** ความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล ต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .675 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล ต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**ด้านความพึงพอใจโดยรวม** ความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวมกับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมโดยรวมบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .591 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมโดยรวมบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**สมมติฐานข้อที่ 5.3** ความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

$H_1$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าบุคคลในการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

| ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล                            | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) |               |             |                                  |                 |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                                                 | n                                                                                                        | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์                | ทิศทาง          |
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | 400                                                                                                      | .198**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล                            | 400                                                                                                      | .182**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                           | 400                                                                                                      | .222**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| <b>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล</b>                     | <b>400</b>                                                                                               | <b>.246**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .246 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีระดับดีขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้กับ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .198 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้มีระดับดีขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

**ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .182 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมมีระดับดีขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

**ด้านความพึงพอใจโดยรวม** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .222 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด

เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวมมีระดับดีขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

**สมมติฐานข้อที่ 5.4** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์

$H_1$  : ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์

| ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล                            | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ |               |             |                                  | ทิศทาง          |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                                                 | n                                                                          | r             | p           | ระดับความสัมพันธ์                |                 |
| ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ | 400                                                                        | .192**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล                            | 400                                                                        | .174**        | .000        | มีความสัมพันธ์ต่ำ                | เดียวกัน        |
| ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                           | 400                                                                        | .284**        | .000        | มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ        | เดียวกัน        |
| <b>ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล</b>                     | <b>400</b>                                                                 | <b>.258**</b> | <b>.000</b> | <b>มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ</b> | <b>เดียวกัน</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลกับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ทัศนคติด้านความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าทัศนคติความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .258 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีระดับดีขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์สูงขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้** ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .192 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่ให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้มีระดับดีขึ้นก็จะมีพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

**ด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม** ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .174 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่

ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมมีระดับดีขึ้นก็จะมีพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

**ด้านความพึงพอใจโดยรวม** ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์ มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลต่อด้านความพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .284 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ต่อด้านความพึงพอใจโดยรวมมีระดับดีขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 67 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน                                                                                                                                                                                                                                               | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|
| <b>สมมติฐาน 1</b> ลูกค้ำที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน |                        |             |
| 1.1 ลูกค้ำเพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน                                                                                                                                |                        |             |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบ กับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                                                                                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test      |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                                                                                                                                                | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test      |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                                                                                                                                                | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test      |
| 1.2 ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน                                                                                                                       |                        |             |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบ กับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                                                                                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                                                                                                                                                | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                                                                                                                                                | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                                   | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|
| 1.3 ลูกค้ำที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน |                        |             |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                          | เป็นไปตามสมมติฐาน      | t-test      |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                                    | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test      |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                                    | เป็นไปตามสมมติฐาน      | t-test      |
| 1.4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน  |                        |             |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                          | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                                    | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                                    | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| 1.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน          |                        |             |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                          | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                                    | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                                    | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test      |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                           | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|
| 1.6 ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน |                        |                |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                  | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                            | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                            | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Brown-Forsythe |
| 1.7 ลูกค้ำเพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน                                           |                        |                |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                  |                        |                |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                            | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                            | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test         |
|                                                                                                                                    | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test         |
| 1.8 ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน                                  |                        |                |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                  | เป็นไปตามสมมติฐาน      | F-test         |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                            | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                            | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                    | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------|
| 1.9 ลูกค้ำที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน |                        |                |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบ<br>กับสิ่งที่คาดหวังไว้                                       | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test         |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                     | เป็นไปตามสมมติฐาน      | t-test         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | t-test         |
| 1.10 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน |                        |                |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบ<br>กับสิ่งที่คาดหวังไว้                                       | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Brown-Forsythe |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |
| 1.11 ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน         |                        |                |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบ<br>กับสิ่งที่คาดหวังไว้                                       | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Brown-Forsythe |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                     | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test         |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                                                                                                       | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|
| 1.12 ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน                                                                                                            |                        |                        |
| - ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้                                                                                                                                              | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | F-test                 |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคาร                                                                                                                                                                        | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Brown-Forsythe         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                                                                                                                                                                        | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Brown-Forsythe         |
| <b>สมมติฐานข้อที่ 2</b> ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์                         |                        |                        |
| 2.1 ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 2.2 ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์                               | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Pearson<br>Correlation |
| 2.3 ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)                                 | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                                                                                                          | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|
| 2.4 ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์                                                                   | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 2.5 ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)                                              | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Pearson<br>Correlation |
| 2.6 ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์                                                                            | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| <b>สมมติฐานข้อที่ 3</b> ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์                           |                        |                        |
| 3.1 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 3.2 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ของธนาคารซีทีแบงก์                                | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                                                                             | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|
| 3.3 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวม ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)     | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 3.4 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์                                    | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 3.5 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)               | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 3.6 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวม ของธนาคารซีทีแบงก์                                              | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| <b>สมมติฐานข้อที่ 4</b> ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ |                        |                        |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------|
| 4.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Paire t-test |
| 4.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์                                                                 | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Paire t-test |
| 4.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของในด้านความพึงพอใจโดยรวมธนาคารซีทีแบงก์                                                                                     | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Paire t-test |
| <b>สมมติฐานข้อที่ 5</b> ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์                                                                                                               |                        |              |

ตาราง 67 (ต่อ)

| สมมติฐาน                                                                                                                                                                 | ผลการทดสอบ<br>สมมติฐาน | สถิติที่ใช้            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|
| 5.1 ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Pearson<br>Correlation |
| 5.2 ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์                                 | ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน   | Pearson<br>Correlation |
| 5.3 ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)     | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |
| 5.4 ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นของธนาคารซีทีแบงก์                                     | เป็นไปตามสมมติฐาน      | Pearson<br>Correlation |

ตาราง 68 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
สินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

|                                             | ความพึงพอใจด้านการ<br>ให้บริการสินเชื่อโดย<br>เปรียบเทียบกับสิ่งที่<br>คาดหวังไว้ | ความพึงพอใจด้าน<br>คุณค่าการ<br>ให้บริการโดยรวม | ความพึงพอใจ<br>ด้านความพึง<br>พอใจโดยรวม |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>ด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล<br/>โดยรวม</b> | .154**                                                                            | .112*                                           | .025                                     |
| -ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/<br>ค่าธรรมเนียม  | .085                                                                              | .007                                            | -.042                                    |
| - ด้านวงเงินกู้                             | .272**                                                                            | .201**                                          | .149**                                   |
| - ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                 | .003                                                                              | .043                                            | -.041                                    |
| <b>ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br/>บุคคล</b>   | .252**                                                                            | .220**                                          | .174**                                   |
| -ด้านการให้บริการของพนักงาน                 | .240**                                                                            | .175**                                          | .161**                                   |
| - การให้บริการด้านสินเชื่อ                  | .052                                                                              | .058                                            | .031                                     |
| - ด้านสถานที่การให้บริการ                   | .323**                                                                            | .092**                                          | .233**                                   |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 69 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
สินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

|                                             | ความพึงพอใจด้านการ<br>ให้บริการสินเชื่อโดย<br>เปรียบเทียบกับสิ่งที่<br>คาดหวังไว้ | ความพึงพอใจด้าน<br>คุณค่าการ<br>ให้บริการโดยรวม | ความพึงพอใจ<br>ด้านความพึง<br>พอใจโดยรวม |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>ด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล<br/>โดยรวม</b> | .051                                                                              | .132**                                          | .116*                                    |
| -ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/<br>ค่าธรรมเนียม  | -.008                                                                             | -.041                                           | -.011                                    |
| - ด้านวงเงินกู้                             | .096                                                                              | .200**                                          | .171**                                   |
| - ด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน                 | .016                                                                              | .108*                                           | .0761                                    |
| <b>ด้านการให้บริการสินเชื่อ<br/>บุคคล</b>   | .183**                                                                            | .265**                                          | .258**                                   |
| -ด้านการให้บริการของพนักงาน                 | .227**                                                                            | .241**                                          | .246**                                   |
| - การให้บริการด้านสินเชื่อ                  | .049                                                                              | .149**                                          | .152**                                   |
| - ด้านสถานที่การให้บริการ                   | .149**                                                                            | .198**                                          | .172**                                   |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 70 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการ  
 สินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน)

|                                                         | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลด้านระยะเวลาการเป็น<br>ลูกค้า | พฤติกรรมการใช้บริการ<br>สินเชื่อบุคคลด้านการ<br>แนะนำบุคคลอื่น |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>ด้านความพึงพอใจการใช้บริการ<br/>สินเชื่อบุคคล</b>    | .007                                                               | .246**                                                         |
| -ด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบการ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | -.026                                                              | .198**                                                         |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม                          | .039                                                               | .182**                                                         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                 | .005                                                               | .222**                                                         |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 71 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการ  
 สินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

|                                                         | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ<br>บุคคลด้านระยะเวลาการเป็น<br>ลูกค้า | พฤติกรรมการใช้บริการ<br>สินเชื่อบุคคลด้านการ<br>แนะนำบุคคลอื่น |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>ด้านความพึงพอใจการใช้บริการ<br/>สินเชื่อบุคคล</b>    | -.015                                                              | .258**                                                         |
| -ด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบการ<br>สิ่งที่คาดหวังไว้ | -.089                                                              | .192**                                                         |
| - ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม                          | .021                                                               | .174**                                                         |
| - ด้านความพึงพอใจโดยรวม                                 | .027                                                               | .284**                                                         |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) เพื่อที่จะได้เป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนทางการตลาด ตลอดจนการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบของการบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อรักษาสถานะลูกค้าเดิมและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อด้านเงื่อนไขสินค้ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ใช้บริการด้านการให้บริการบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการใช้บริการสินค้าของใช้บริการสินค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

#### ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับธนาคารในการพิจารณาวางแผนนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆรวมถึงการปรับปรุงและการจัดรูปแบบของการให้บริการสินค้าบุคคลให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่างๆ มากยิ่งขึ้น

2. สถาบันการเงินอื่นๆ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงเป็นแนวทางการบริหารงานด้านสินเชื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน
2. ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
3. ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์
5. ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

### ขอบเขตของการวิจัย

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าและทำวิจัยดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

##### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและทำวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและทำวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ นราศรี ไวกวนิชกุล ( 2549: 133) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05

ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน จะได้เท่ากับจำนวน 400 คน โดยขั้นตอนการเลือกตัวอย่าง มีดังนี้

1. การเลือกตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สำหรับธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 34 สาขาในกรุงเทพมหานคร โดยทำการจับสลากเลือกสาขาหนึ่งจำนวน 10 สาขา ของจำนวนสาขาในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้แก่ สาขาสำนักงานใหญ่ สาขาเจริญกรุง สาขาประตูน้ำ สาขาพาหุรัด สาขาลาดพร้าว สาขาสาธุประดิษฐ์ สาขาสีลม สาขารามอินทรา สาขาสุขุมวิท 71 และสาขานานาเหนือ และสำหรับธนาคารซีทีแบงก์ เนื่องจากธนาคารซีทีแบงก์ไม่มีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงทำการเก็บตัวอย่างที่สาขาสำนักงานใหญ่เพียงที่เดียว

2. การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละธนาคารละ 200 คน โดยที่ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กำหนดกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 20 คน และธนาคารซีทีแบงก์ 200 คน

3. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อทั้งธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์

4. การเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อทำการเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ในแต่ละสาขาตามขั้นตอนที่ 1 และ 2

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมในการให้บริการของธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ
  - ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์
  - ส่วนที่ 2 ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์
  - ส่วนที่ 3 ทัศนคติด้านการให้บริการของสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด  
ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด  
(ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบ และ  
เสนอแนะเพิ่มเติม

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสมของเนื้อหาจากนั้น  
นำมาปรึกษากับอาจารย์คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด  
เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า ( $\alpha$  - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณ  
ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับของ  
ความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามี  
ความเชื่อมั่นสูง

### การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อวัดค่า  
ความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ในการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า ( $\alpha$  - Coefficient)  
โดยได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียมของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .705 แสดงว่า  
แบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียมของธนาคารซีที  
แบงก์ มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .733 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านวงเงินกู้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)  
จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .827 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านวงเงินกู้ของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 3 ข้อ มีค่า  
ความเชื่อมั่น .728 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด  
(ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .727 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความ  
เชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .745 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการของพนักงานของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .785 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการของพนักงานของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .754 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 2 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .713 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 2 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .705 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านสถานที่การให้บริการของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .912 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านสถานที่การให้บริการของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .701 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านความพึงพอใจของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .729 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านความพึงพอใจของธนาคารซีทีแบงก์ มีจำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .744 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในสาขาของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ได้แก่ สาขาส่งเงินใหญ่ สาขาเจริญกรุง สาขาประตูน้ำ สาขาพาหุรัด สาขาลาดพร้าว สาขาสถาบุประติษฐ์ สาขาสีลม สาขาสุขุมวิท 71 และสาขานานาเหนือ และสำหรับธนาคารซีทีบีแบงก์ เนื่องจากธนาคารซีทีบีแบงก์ไม่มีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงทำการเก็บตัวอย่างที่สาขาส่งเงินใหญ่เพียงที่เดียวโดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

2.2 ผู้วิจัยได้ขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ทั้ง 10 สาขา และธนาคารซีทีบีแบงก์ โดยที่ผู้ใช้บริการของธนาคาร มีความสะดวกและเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม

2.3 นำข้อมูลฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

2.4 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของคำถามในแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 :449) ผลลัพธ์ค่าเฉลี่ยค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับ ความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่า ระหว่าง  $-1 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง จากการนำแบบสอบถามไปคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 40 ชุดซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค

## การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดกระทำข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pre-test) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ Cronbach's  $\alpha$

2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง

3. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแบงก์ เท่านั้น

4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว นำมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

5. นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการอธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทักษะด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล ทักษะด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์

#### 2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ในการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติ t-test และ One way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทักษะด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์, ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล กับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ และใช้สถิติ Paired Sample t-Test ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์

### การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลูกค้ายที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์ แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีบีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 2** ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

**สมมติฐานข้อที่ 3** ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

การวิเคราะห์หาค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์

**สมมติฐานข้อที่ 5** ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

## สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเป็นเพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาอายุ 21-30 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 สถานภาพสมรสจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และสถานพหุสัดจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.20 รองลงมามีอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ส่วน

ใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 161 คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงามีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20

## **ส่วนที่ 2 : ข้อมูลทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์**

### **ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติอยู่ในระดับดีต่อด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางต่อด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

### **ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านวงเงินกู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียม และด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และ 3.12 ตามลำดับ

### **ธนาคารซีทีแบงก์**

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ ด้านวงเงินกู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียม และด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ 3.07 ตามลำดับ

## **ส่วนที่ 3 : ข้อมูลทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์**

### **ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมากต่อด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และมีทัศนคติอยู่ในระดับดีต่อด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

### **ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ ด้านสถานที่การให้บริการ และด้านการให้บริการของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และ 4.41 ตามลำดับ

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

### **ธนาคารซีทีแบงก์**

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือด้านการให้บริการของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือด้านการให้บริการด้านสินเชื่อและด้านสถานที่การให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ 3.62 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 4 : ข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์**

### **ทัศนคติด้านความพึงพอใจโดยรวม**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ 3.52 ตามลำดับ

### **ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

ทัศนคติด้านความพึงพอใจที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจคือด้านความพึงพอใจโดยรวม ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86, 3.77 และ 3.60 ตามลำดับ

### **ธนาคารซีทีแบงก์**

ทัศนคติด้านความพึงพอใจที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจคือด้านความพึงพอใจโดยรวม ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59, 3.53 และ 3.45 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 : ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์

### วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการคือ ต้องการไปชำระหนี้ที่อื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ ขยายกิจการเพิ่มเติม จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60

### วงเงินที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับวงเงินอนุมัติสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ประมาณ 299,838 บาท/ครั้ง วงเงินที่ได้รับการอนุมัติต่ำสุดคือ 20,000 บาท วงเงินที่ได้รับการอนุมัติสูงสุด 1,000,000 บาท โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 295,571.38 บาท/ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับวงเงินอนุมัติสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ประมาณ 207,750 บาท/ครั้ง วงเงินที่ได้รับการอนุมัติต่ำสุดคือ 25,000 บาท วงเงินที่ได้รับการอนุมัติสูงสุด 800,000 บาท โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 167,294.05 บาท/ครั้ง

### ระยะเวลาการเป็นลูกค้าสินเชื่อบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ประมาณ 1.33 ปี ระยะเวลาการเป็นลูกค้าสั้นที่สุดคือ 0.20 ปี ระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่นานที่สุด คือ 5 ปี โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.005 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับธนาคารซีทีแบงก์ ประมาณ 1.69 ปี ระยะเวลาการเป็นลูกค้าสั้นที่สุดคือ 0.10 ปี ระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่นานที่สุด คือ 5 ปี โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.990 ปี

### จำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการกับธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ประมาณ 1.53 ครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยที่สุด 1 ครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้บริการมากที่สุด 7 ครั้ง โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.633 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการกับธนาคารซีทีแบงก์ ประมาณ 1.23 ครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยที่สุด 1 ครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้บริการมากที่สุด 5 ครั้ง โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.559 ครั้ง

### **การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และ 3.16 ตามลำดับ

### **ช่องทางการชำระเงินที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคล**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระผ่านทางเคาน์เตอร์เซอร์วิสจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาคือ ธนาคารที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลอยู่ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และธนาคารพาณิชย์อื่นๆ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80

### **เหตุผลในการเลือกช่องทางการชำระเงิน**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกช่องทางการชำระเงิน คือเดินทางสะดวก จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาคือไม่ต้องเสียค่าบริการจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และบริการประทับใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

## **ส่วนที่ 5 : การทดสอบสมมติฐาน**

### **1. ลูกค้ำที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา**

**สถานภาพการสมรส** อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน

1.1 ลูกค้ำเพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน

ลูกค้ำเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีบี  
แบงก์ ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการ  
โดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2 ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าอุปโภคบริโภค ของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีบีแบงก์ แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับ  
สิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่  
แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร  
ซีทีแบงก์ ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจ การใช้บริการสินเชื่อบุคคล  
ของธนาคารซีทีแบงก์ ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มากกว่า  
ลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปีมีความพึงพอใจ การใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ  
ธนาคารซีทีแบงก์ ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มากกว่า ลูกค้า  
ที่มีอายุ 41-50 ปี

ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าและบริการของธนาคาร  
ซีทีแบงก์ ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่าง  
กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3 ลูกค้ำที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล  
ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีบีแบงก์ แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจพอใจการใช้บริการสินเชื่อ  
บุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม  
ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคาร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีความพึงพอใจในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ น้อยกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.5 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร ซิตี้แบงก์ ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.6 ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคาร ซิตี้แบงก์ แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร ซิตี้แบงก์ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคาร ซิตี้แบงก์ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมต่ำกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท

**2. ทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคาร ซิตี้แบงก์**

**ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .154 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวม ดีขึ้นก็จะมีมีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น

ทศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .112 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล

บุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมสูงขึ้น

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

### **ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์**

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .132 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการสูงขึ้น

ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .116 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

### **3. ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์**

#### **ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .525 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้นก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .220 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้าน

การให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการสูงขึ้น

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .174 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

#### **ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์**

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .183 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้สูงขึ้น

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .265 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าการให้บริการสูงขึ้น

ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ (r) .258 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมดีขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมสูงขึ้น

#### **4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์**

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในการ

ให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มากกว่าธนาคารซีทีแบงก์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านการคุณค่าการให้บริการโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มากกว่าธนาคารซีทีแบงก์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากธนาคารซีทีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มากกว่าธนาคารซีทีแบงก์

**5. ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม**  
การให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์

**ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**

ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .246 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลมากขึ้นก็จะมีพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

**ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์**

ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความพึงพอใจการให้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ (r) .258 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลมากขึ้นก็จะมีพฤติกรรมการให้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นสูงขึ้น

## อภิปรายผล

1. จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแบงก์ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรภรณ์ วรานุเคราะห์ (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพเคหะ สุขทวีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน แต่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท เนื่องมาจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลนั้นมีหน้าที่การงานและฐานะทางการเงินที่มั่นคง รวมถึงมีความสามารถในการชำระเงินกู้คืนได้ค่อนข้างสูง รวมทั้งทางธนาคารได้กำหนดในส่วนของเงินเดือนขั้นต่ำที่ลูกค้าสามารถของกู้สินเชื่อบุคคลได้อยู่ที่ 15,000บาท

2. ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี ส่วนธนาคารซีทีบีแบงก์มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติด้านวงเงินกู้ดีมากเห็นได้จากวงเงินที่ได้รับการอนุมัติของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารซีทีบีแบงก์ ซึ่งเหมาะสมกับรายได้ที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งโดยปกติแล้วทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะอนุมัติวงเงินกู้สูงสุดที่ 5 เท่าของรายได้สำหรับพนักงานประจำ และ 3 เท่าของรายได้สำหรับเจ้าของกิจการ แต่สำหรับธนาคารซีทีบีแบงก์จะอนุมัติวงเงินกู้สูงสุดให้ประมาณ 3-4 เท่าของรายได้สำหรับพนักงานประจำ และ 2-3 เท่าของรายได้สำหรับเจ้าของกิจการ แต่ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั้งธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีบีแบงก์ มีอัตราดอกเบี้ยที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้และคุณสมบัติของผู้กู้เป็นหลัก ซึ่งถ้าลูกค้ามีรายได้สูง สามารถของวงเงินได้ก็ค่อนข้างสูง รวมไปถึงมีประวัติการผ่อนชำระที่ดีมาโดยตลอดลูกค้าก็จะได้รับในส่วนของอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า หรือมีประวัติการชำระเงินที่ไม่ดี ทั้งนี้ทางธนาคารเองก็ต้องดูถึงความเสี่ยงที่จะได้รับในส่วนของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืนก็มีเงื่อนไขของการปิดวงเงินก่อนที่คล้ายๆ กัน คือสามารถปิดบัญชีได้ก่อนระยะเวลาที่กำหนด โดยถ้าลูกค้าที่เลือกผ่อนชำระเงินกู้คืนที่นาน คือ ตั้งแต่ 15 เดือน ถึง 60 เดือน หลังจากที่ถูกค้ำผ่อนสินเชื่อบุคคลกับทางธนาคารมาแล้ว 12 เดือน หรือ 1 ปี ลูกค้าสามารถปิดยอดชำระสินเชื่อได้ทันที โดยไม่ต้องเสียค่าปรับหรือดอกเบี้ย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรภรณ์ วรากุลนุเคราะห์ (2546:บทคัดย่อ) เป็นงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพเคหะ สุขทวีของลูกค้า

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้านอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับเห็นด้วย เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำเมื่อเทียบกับสถาบันการเงินอื่น ด้านวงเงินกู้มีความเห็นระดับปานกลาง เพราะการให้วงเงินกู้ไม่เป็นไปตามที่ขอสินเชื่อกับธนาคาร และด้านการผ่อนชำระคืนเงินกู้มีความเห็นในระดับเห็นด้วย โดยที่ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงการผ่อนชำระได้ตามต้องการและชำระได้หมดก่อนครบสัญญา

3. ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ส่วนธนาคารซีทีแบงก์มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดี สะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากมีสาขาสำนักงานตั้งอยู่เยอะกว่าธนาคารซีทีแบงก์ ซึ่งสามารถจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเกคินี กลั่นนุศย์ (2540:23) ที่กล่าวว่าคุณภาพของการบริการที่ดีคือ SERVICE กล่าวคือพนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเห็นใจลูกค้า มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว แสดงถึงความเคารพและให้เกียรติลูกค้า ให้บริการด้วยความเต็มใจ

4. ด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อบุคคล พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจ เนื่องมาจากลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ได้รับบริการที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ รวมถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เงื่อนไขต่างๆ ที่ลูกค้าได้รับ เช่น วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ รวมถึงการบริการที่สร้างความสะดวกให้กับลูกค้า เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman และคณะ พบว่า เมื่อลูกค้ามีความคาดหวังมากย่อมทำให้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจมากขึ้น

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพและรายได้มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ แตกต่างกัน

5.1 ลูกค้าเพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นั้นหมายความว่า ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลทั้งของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนะ กล้าชิงชั้น (2541) ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของ

ธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่าเพศไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ แสดงว่าเพศไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

5.2 ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (ยกเว้นของธนาคารซีทีแบงก์ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนะ กล้าชิงชัย (2541) พบว่า อายุไม่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ แสดงว่าพนักงานส่วนใหญ่ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ให้บริการกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน แต่เนื่องจากช่วงอายุที่ต่างกันอาจทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ แนวความคิด ลักษณะนิสัย ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ที่มีอายุ 21-30 ปีมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี เนื่องจากลูกค้าที่มีอายุน้อยจะมีความคิดที่ค่อนข้างทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ ไวต่อการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ดังนั้นการขอกู้สินเชื่อบุคคลกับธนาคาร หากธนาคารให้ความสะดวก รวดเร็ว และสามารถให้คำปรึกษาได้อย่างทันที ลูกค้าจะเกิดความมั่นใจว่าธนาคารที่ลูกค้าเลือกใช้บริการนั้นเกิดความคุ้มค่าและพึงพอใจเป็นอย่างมาก ลูกค้าถึงตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2546:204) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้าที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ กับด้านความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ที่มีสถานภาพสมรสจะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด ทั้งในด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ และด้านความพึงพอใจโดยรวม เนื่องจาก ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่จะมีบุตร ดังนั้นก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการอะไร ลูกค้าจะต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของการขอกู้สินเชื่อบุคคลว่าเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับหรือไม่เป็นหลัก อันเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์และ

ทัศนคติที่ไม่เหมือนกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2546:204) ที่กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle:FLC) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการทัศนคติที่ต่างกัน

5.4 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (ยกเว้นของธนาคารซีทีแบงก์ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงาน พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังจากปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานสาขา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะงานธนาคารเป็นงานให้บริการด้านฝาก-ถอนเงินและด้านสินเชื่อเป็นหลัก ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักของทางธนาคารคือบุคคลทั่วไปโดยที่ระดับการศึกษาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการขยายฐานลูกค้า แต่เนื่องจากลูกค้าของธนาคารซีทีแบงก์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้แตกต่างกัน จากงานวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เนื่องจากในปัจจุบันคนมีการศึกษาสูงขึ้น ซึ่งระดับการศึกษานี้เองอาจทำให้มีทัศนคติ ความคิดเห็น การตัดสินใจ แตกต่างกันและจะส่งผลให้ความพึงพอใจในด้านต่างๆ แตกต่างกันด้วย โดยคนที่มีการศึกษาสูงกว่าย่อมมีความคาดหวังสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแปรที่ก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 68) โดยปัจจัยความแตกต่างของบุคคล เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค มีความแตกต่างกันที่ทรัพยากรมนุษย์และความรู้ของผู้บริโภค การจูงใจ ทัศนคติ เป็นต้น

5.5 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เนื่องมาจากการอนุมัติสินเชื่อบุคคลและการให้บริการสินเชื่อบุคคลทั้งของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)กับธนาคารซีทีแบงก์ไม่ได้คำนึงถึงอาชีพเป็นหลัก ส่วนใหญ่การอนุมัติสินเชื่อบุคคลจะดูในส่วนของเรื่องรายได้และภาระหนี้สินเป็นหลัก และการให้บริการสินเชื่อบุคคลพนักงานต้องให้ความเป็นธรรมและเสมอภาคกับลูกค้าทุกคนไม่ได้เจาะจงที่อาชีพใดอาชีพหนึ่งเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมิลเลต (Millet.1954:397) กล่าวว่า การให้บริการอย่างเสมอภาคหมายถึงความยุติธรรมในการบริหารงานที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียม

กัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยก กีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการ ให้บริการเดียวกัน

5.6 ลูกค้ายี่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีทีแบงก์ไม่แตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ .05 (ยกเว้นของธนาคารซีทีแบงก์ในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม) ซึ่งสอดคล้อง กับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537:146) กล่าวว่าหลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคล ส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์ที่องค์กรจัดให้มันจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่การจัดให้แก่บุคคลใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์ สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย แต่เนื่องจาก กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมต่ำกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้น้อยจะได้รับวงเงินอนุมัติที่น้อยกว่าลูกค้าที่มีเงินเดือนมาก รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับก็สูงกว่าด้วยเช่นกัน ซึ่งลูกค้าอาจมองว่าการใช้บริการสินเชื่อบุคคลดังกล่าวไม่คุ้มค่ากับการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541:68) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม อันได้แก่ ชนชั้นทางสังคม เช่น รายได้ ฐานะทางการเงิน เป็นต้น เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากผู้มีรายได้ต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย

6. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมและด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

6.1 ทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านความพึงพอใจโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านวงเงินกู้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวม โดยมีความสัมพันธ์ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ แต่ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้/ค่าธรรมเนียม และด้านการผ่อนชำระเงินกู้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทุกด้าน เนื่องจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่จะดูจากวงเงินที่สามารถขอกู้ได้ว่าเหมาะสม

กับรายได้หรือไม่ และได้รับการอนุมัติเพียงพอกับความจำเป็นที่ต้องใช้หรือไม่ เพราะถ้าลูกค้าที่ขอกู้ได้รับวงเงินที่น้อยกว่ารายได้หรือน้อยกว่าความจำเป็น ลูกค้าก็จะไม่ยอมรับในส่วนของวงเงินตรงนั้น ซึ่งทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะอนุมัติวงเงินกู้ให้สูงสุด 5 เท่าของรายได้ แต่สำหรับเจ้าของกิจการสูงสุดที่ 1,000,000 บาท แต่ส่วนใหญ่ลูกค้าของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะได้รับวงเงินอนุมัติที่ค่อนข้างสูงคือได้รับเต็มจำนวนวงเงินสูงสุดที่สามารถขอสินเชื่อได้ แต่ในด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม และด้านการผ่อนชำระเงินกู้คืน ลูกค้าจะได้รับดอกเบี้ยในอัตราแบบลดต้นลดดอก ซึ่งลูกค้าสามารถผ่อนจ่ายค่างวดได้มากกว่าที่กำหนด รวมถึงสามารถชำระเงินกู้คืนก่อนกำหนดได้ โดยมีระยะเวลาผ่อนชำระที่สั้นสุดอยู่ที่ 1 ปี

## 6.2 ทศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคารสแตนดาร์ด

ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวม โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านสถานที่การให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมโดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ แต่ด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทุกด้าน เนื่องจากหลังจากที่ลูกค้าติดต่อขอใช้บริการสินเชื่อบุคคลแล้ว ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจในการบริการ ซึ่งการบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจได้นั้น ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้ การต้อนรับและการบริการจากพนักงาน การให้ความรู้และคำปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธงชัย สันติวงศ์ (2543:173-174) กล่าวคือ กลยุทธ์การบริการมีลักษณะ 1. คุณภาพของงานบริการเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก 2.ธุรกิจการให้บริการมักจะมีการแข่งขันทางด้านราคา 3.การตลาดมีลักษณะพิเศษที่จะไม่สามารถกำหนดมาตรฐานผลผลิตได้ 4.บริการเป็นสิ่งที่ไม่อาจประหยัดได้ 5.ความยากลำบากในการเพิ่มผลผลิต ซึ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการจะต่างกันไปตามประเภทของสินค้าและบริการ ผู้ใช้บริการไม่ได้ใช้ปัจจัยเดียว แต่ใช้หลายปัจจัยในการพิจารณาความพึงพอใจอันนำมาซึ่งทัศนคติในการใช้บริการและไม่มีมาตรฐานใดที่สามารถวัดทัศนคติได้ทุกสถานการณ์และการที่ลูกค้าใช้หลายๆ ปัจจัยในการเปรียบเทียบและพิจารณาทัศนคตินั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ แต่ด้านการให้บริการด้านสินเชื่อ โดยปกติแล้วทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะมีเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายหลักซึ่งรวมถึงความรวดเร็วในการพิจารณาการอนุมัติสินเชื่อ และเงื่อนไขของการขอวงเงินเพิ่มเติม กรณีต้องการขอวงเงินเพิ่มซึ่งทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะใช้เวลาทำการพิจารณาและอนุมัติประมาณ 5-7 วัน

ทำการ ส่วนทางด้านเงื่อนไขประกอบขอสินเชื่อไม่อาจยืดหยุ่นได้ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ทางธนาคารกำหนด

7. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลโดยรวมและด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์

7.1 ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมโดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านวงเงินกู้และด้านการผ่อนชำระเงินกู้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวมและด้านความพึงพอใจโดยรวม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ รวมถึงด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมก็ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจทั้งสามด้าน เนื่องจากธนาคารซีทีแบงก์เป็นธนาคารที่เปิดให้บริการด้านสินเชื่อมานาน ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลอยู่แล้ว สามารถขอวงเงินเพิ่มเติมได้โดยไม่ต้องยื่นเอกสารประกอบคำขอสินเชื่อครบชุด และในส่วนของอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม ส่วนใหญ่ถ้าเป็นลูกค้าที่ใช้บริการจะได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษที่ทางธนาคารซีทีแบงก์มอบให้ โดยได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าที่เคยได้รับหรือได้รับในอัตราดอกเบี้ยที่ใกล้เคียงกับที่เคยได้รับ แต่ด้านวงเงินกู้ เนื่องจากลูกค้าได้ต้องยื่นเอกสารแสดงรายได้ใหม่ เพราะฉะนั้นวงเงินกู้ที่ลูกค้าจะได้รับอาจจะน้อยหรือใกล้เคียงกับสินเชื่อที่เคยได้รับอนุมัติไปอาจทำให้ลูกค้าได้รับการอนุมัติในวงเงินที่น้อย

7.2 ทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยรวมของธนาคารซีทีแบงก์ของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวม โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการพนักงาน ด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคล และด้านสถานที่การให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวม ยกเว้นด้านการให้บริการด้านสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ เนื่องจากธนาคารซีทีแบงก์ได้รับความไว้วางใจในด้านสินเชื่อส่วนบุคคลมานาน ดังนั้นการสร้าง kepercayaanไว้วางใจนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ เนื่องจากงานบริการด้านธนาคารเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเงิน ซึ่งผู้รับบริการ

ต้องการความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้ทำหน้าที่บริการเป็นอย่างสูง โดยให้ความสนใจในตัวลูกค้า การมีความจริงใจที่จะให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษา รักษาความลับของลูกค้า

8. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริการสินเชื่อบุคคลในด้านการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างจากธนาคารซีทีบีแบงก์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจมากกว่าธนาคารซีทีบีแบงก์ เนื่องจาก ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ต้องการเป็นธนาคารที่ดีที่สุดในประเทศไทย และต้องการเป็นผู้นำด้านสินเชื่อ โดยในแต่ละปียอดสินเชื่อของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นเพราะธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และมีการจัดกิจกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และสำหรับลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) จะมีการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าตลอด เช่น มีส่วนของการแนะนำลูกค้าซึ่งจะมีการลดอัตราดอกเบี้ยให้กับลูกค้าผู้แนะนำ แต่ทางธนาคารซีทีบีแบงก์ถึงแม้จะมีการจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์ แต่ก็ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รวมไปถึงสาขาส่งงานของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีทั่วถึงมากกว่าธนาคารซีทีบีแบงก์ ซึ่งทางธนาคารซีทีบีแบงก์ไม่มีสาขาส่งงานย่อย เพราะฉะนั้นถ้าลูกค้าต้องการติดต่อสอบถาม ลูกค้าอาจจะไม่ได้รับความสะดวกมากนัก

9. ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้า แต่มีความสัมพันธ์กับด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องมาจากทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีการจัดในส่วนของโปรโมชั่นในการแนะนำลูกค้าอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล โดยจะมีในส่วนของลดอัตราดอกเบี้ยให้ ซึ่งมีขั้นตอนที่ค่อนข้างง่ายและสะดวก ทำให้ลูกค้าสนใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้ เพราะลูกค้าต้องการในส่วนของอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลงกว่าเดิม ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้า เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อยู่แล้ว จะแนะนำลูกค้าให้และทำการลดอัตราดอกเบี้ยช่วงเวลาไหนก็ได้ ซึ่งทางธนาคารไม่ได้ระบุระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแล้วถึงสามารถแนะนำลูกค้าได้

10. ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์ของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้า แต่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องมาจากธนาคารซีทีแบงก์ไม่มีการจัดในส่วนของการโปรโมชันในการลดอัตราดอกเบี้ยให้กับลูกค้า ดังนั้นลูกค้าจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการแนะนำลูกค้ามากนัก นอกจากนี้เสียจากว่ามีคนสนใจและถามถึง ลูกค้าจึงบอกต่อ แต่ในส่วนของการแนะนำลูกค้า บางครั้งลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้บริการสินเชื่อบุคคล ลูกค้าอาจจะเข้ามาสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และเป็นผู้ตัดสินใจเอง ซึ่งเหตุผลหลักของการขอสินเชื่อคือด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นหลัก

### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส อายุ 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป ซึ่งทางธนาคารเองควรให้ความสำคัญและเน้นการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ ด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเหล่านี้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

2.1 ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ควรมีการเพิ่มในส่วนช่องทางการชำระเงินกู้คืนในส่วนของการตัดบัญชีชำระเงินกู้อัตโนมัติเพื่อความสะดวกของลูกค้า เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการผ่อนชำระเงินกู้คืน ซึ่งตอนนี้ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีการให้บริการชำระเงินกู้ผ่านทางเคาน์เตอร์ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) เองและธนาคารพาณิชย์อื่นๆ รวมไปถึงเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกเพิ่มมากขึ้น ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินกู้ โดยหักผ่านบัญชีหรือทางอินเทอร์เน็ตเพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปชำระเงินตามช่องทางดังกล่าว

2.2 ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ควรมีการปรับลดในส่วนของการค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ เพราะจากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติไม่ดีต่ออัตราค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) อยู่ที่ 290

บาท ซึ่งยังไม่รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่ลูกค้าชำระล่าช้าด้วย ทั้งนี้อัตราค่าติดตามทวงหนึ่ดังกล่าวค่อนข้างสูงกว่าธนาคารอื่นๆ ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบได้

2.3 ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ควรมีการศึกษาและพัฒนาในส่วนของการปรับเปลี่ยนด้านเงื่อนไขการให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยเฉพาะในส่วนของการวงเงินที่ใหั โดยอาจจะมีการปรับให้มีความสอดคล้องกับรายได้ของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) เนื่องจากลูกค้าบางกลุ่มอาจได้รับวงเงินน้อยกว่ารายได้ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตัวลูกค้าเอง และจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยเฉพาะด้านวงเงินมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ดังนั้นทางธนาคารควรมีความยืดหยุ่นและมีทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น

2.4 ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ควรรักษาระดับคุณภาพและการให้บริการทางด้านสินเชื่อบุคคลให้ได้มาตรฐานโดยเฉพาะในด้านการให้บริการของพนักงานและด้านสถานที่ให้บริการในระดับนี้หรือในระดับที่ดีขึ้นเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทัศนคติด้านการให้บริการของสินเชื่อบุคคลทั้งด้านการให้บริการของพนักงานและด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล จะเห็นได้ว่าการสร้างความพึงพอใจนั้น ย่อมทำให้เกิดความประทับใจและคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพและเพิ่มมาตรฐานในการปฏิบัติงานของพนักงาน ควรจะมีการฝึกอบรมทักษะความรู้ความชำนาญ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้ารวมทั้งยังเป็นการสร้างและรักษาสถานลูกค้าที่ดีของธนาคารต่อไปในอนาคต

2.5 ทางธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ควรเพิ่มเติมในส่วนของนโยบายการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกับทางธนาคารอยู่แล้วแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับทางธนาคาร เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อในด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ โดยเน้นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่ออยู่แล้วให้แนะนำสมาชิกเพิ่ม ซึ่งถือเป็นการขยายฐานตลาดให้กับทางธนาคาร อาจทำได้โดยการลดอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น, การให้ของขวัญหรือจัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้า เป็นต้น

### 3. ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคารซีทีแบงก์

3.1 จากงานวิจัยพบว่าธนาคารซีทีแบงก์ควรให้ความสนใจกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้มากขึ้น เนื่องจากผลจากการวิจัยพบว่าลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังถึงสิ่งที่จะได้รับค่อนข้างสูงกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น โดยทางธนาคารซีทีแบงก์ควรศึกษาถึงความต้องการของ

ลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานด้านสินเชื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุด

3.2 ธนาคารซีทีแบงก์ควรมีการขยายสาขาสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่ลูกค้าจะได้สะดวกในเรื่องของการติดต่อสอบถามและชำระเงิน เพราะจากงานวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารซีทีแบงก์มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อด้านสถานที่การให้บริการในด้านมีสาขาทั่วประเทศซึ่งในปัจจุบันทางธนาคารซีทีแบงก์มีสาขาสำนักงานใหญ่อยู่ที่ถ.สาทรเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ดังนั้นในเรื่องของการติดต่อสอบถามหรือชำระเงิน ลูกค้าบางคนอาจจะไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อได้

3.3 ทางธนาคารซีทีแบงก์ควรปรับปรุงในเรื่องของวงเงินที่ให้กับ โดยมีการปรับในส่วนวงเงินที่อนุมัติให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้าลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับวงเงินอนุมัติที่ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะในส่วนพนักงานประจำ ซึ่งหากธนาคารมีการปรับในส่วนนโยบายการอนุมัติวงเงินที่เพิ่มขึ้น ลูกค้าจะรู้สึกถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการสินเชื่อบุคคล และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติด้านเงื่อนไขสินเชื่อบุคคลโดยเฉพาะด้านวงเงินกู้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านคุณค่าของการให้บริการ

3.4 ทางธนาคารซีทีแบงก์ควรมีการจัดนโยบายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพิ่มขึ้น และเพิ่มในส่วนโปรโมชั่น เช่น ด้านค่าธรรมเนียม อัตราดอกเบี้ย การแจกของแถม เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวสินเชื่อบุคคลของทางธนาคารเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์มีความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

3.5 ทางธนาคารซีทีแบงก์ ควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและแนะนำลูกค้าคนต่อไปใช้บริการสินเชื่อบุคคลมากขึ้น หรือมีจัดในส่วน of member get member เพิ่มเติม ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มีความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารซีทีแบงก์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลในด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ

## ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลระหว่างธนาคารพาณิชย์อื่นๆ หรือสถาบันที่ไม่ใช่ธนาคาร เพื่อหาข้อแตกต่างและประเมินกลยุทธ์ที่แต่ละแห่ง และนำมาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. ควรได้มีการศึกษาถึงทัศนคติด้านการบริการของพนักงานแนะนำสินค้าเชื่อว่าคุณจะมีการเข้าใจถึงความต้องการในการใช้บริการสินค้าของลูกค้าอย่างไร เพื่อเป็นหนทางในการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการของพนักงานต่อไป

3. ควรมีการศึกษาถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินค้าของคุณของธนาคารด้านต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กังสดาล บริบูรณ์. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์การค้า ยูเนี่ยน มอลล์*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2545). *หลักสถิติ*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2546). *การใช้ Spss for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลธน พนาพศธร. (2530). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประชาชนจำกัด.
- เกศินี กลั่นบุศย์. (2540). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จันทร์เพ็ญ เพชนมาลัยกุล. (2541). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สินค้าเคหะ*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) . กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิราพร พัฒนมนี. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินค้าเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงาน*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งเรืองสานส์การพิมพ์
- दनัย เทียนพุม. (2543). *นวัตกรรมบริการลูกค้า*. กรุงเทพฯ : บั๊คแบงก์.
- นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). *ระเบียบวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรินทร์ กวางอุเสน. (2550). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการเลือกซื้อยาในแผนก ยาระหว่างร้านบู๊ทกับร้านวัดสัน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย. (2546). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2530). *การบริหารงานสินเชื่อ หน่วยที่ 7-11*. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มนูญ จงกลแพทย์. (2539). *ความพึงพอใจของผู้กู้ประเภทอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง และปัจจัยหลักด้านสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์*. วิทยานิพนธ์เคหะพัฒนศาสตร์ มหาบัณฑิต (เคหการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศักดิ์ดา ณรงค์. (2538). *เปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยระหว่างธนาคารอาคารสงเคราะห์กับธนาคารพาณิชย์*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ฉบับสมบูรณ. กรุงเทพฯ. บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- เสาวคนธ์ อุภูฐานชีวิน. (2536). *พฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขา เชียงใหม่*. เชียงใหม่ : ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- วราภรณ์ วรากุลนุเคราะห์.(2546). *ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพเคหะสุขทวีของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา สาขาในสำนักงานเขตนครหลวง 3*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัครี มีศิริ. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สังกัดภาค 4*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, Philip;& Gary Armstrong. (1997). *Priciples of Marketing*. Prentice – Hall Inc.,
- Loudon, David L;& Della Bitta, Albert J. (1993). *Consumer Behavior*. New York : McGraw - Hill
- Schiffman, Leon G;& Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. New Jery : Prentice - Hall

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล  
ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับธนาคารซีที  
แบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)  
จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร ของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงจนครบถ้วน เพื่อที่จะทำให้งานการวิจัยนี้สมบูรณ์ตามความมุ่งหมายและขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง แบบสอบถามนี้มี 6 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 ทศนคติทางด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคล
- ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านการให้บริการของสินเชื่อบุคคล
- ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคล
- ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคล

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ
 

|                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|
2. อายุ
 

|                                   |                                              |
|-----------------------------------|----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 21-30 ปี | <input type="checkbox"/> 31-40 ปี            |
| <input type="checkbox"/> 41-50 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50 ปีขึ้นไป |
3. สถานภาพการสมรส
 

|                                                |                               |
|------------------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โสด                   | <input type="checkbox"/> สมรส |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |                               |
4. ระดับการศึกษา
 

|                                                      |                                                 |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. |
| <input type="checkbox"/> อนุปริญญา หรือเทียบเท่า     | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี              |
| <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี            |                                                 |

## 5. อาชีพ

- ( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
 ( ) พนักงานธนาคาร ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ( ) 20,001-30,000 บาท  
 ( ) 30,001- 40,000 บาท ( ) 40,001 -50,000 บาท  
 ( ) 50,000 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเปรียบเทียบทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด  
 ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

คะแนน 5 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลดีมาก

คะแนน 4 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลดี

คะแนน 3 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลไม่ดี

คะแนน 1 หมายถึง การมีทัศนคติด้านเงื่อนไขของสินเชื่อบุคคลไม่ดีอย่าง

|                                                          | ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) |     |     |     |     | ธนาคารซีทีแบงก์ |     |     |     |     |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----------------|-----|-----|-----|-----|
|                                                          | 5                                                 | 4   | 3   | 2   | 1   | 5               | 4   | 3   | 2   | 1   |
| <b>อัตราดอกเบี้ยเงินกู้/<br/>อัตราค่าธรรมเนียม</b>       |                                                   |     |     |     |     |                 |     |     |     |     |
| 8. อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อบุคคล                         | ต่ำ                                               | ___ | ___ | ___ | สูง | ต่ำ             | ___ | ___ | ___ | สูง |
| 9. อัตราค่าธรรมเนียมในการ<br>จัดการเงินกู้               | ต่ำ                                               | ___ | ___ | ___ | สูง | ต่ำ             | ___ | ___ | ___ | สูง |
| 10. อัตราค่าปรับเนื่องจากการผิด<br>นัดชำระ               | ต่ำ                                               | ___ | ___ | ___ | สูง | ต่ำ             | ___ | ___ | ___ | สูง |
| 11. อัตราค่าใช้จ่ายในการติดตาม<br>ทวงหนี้                | ต่ำ                                               | ___ | ___ | ___ | สูง | ต่ำ             | ___ | ___ | ___ | สูง |
| 12. อัตราค่าใช้จ่ายในการชำระ<br>เงินกู้ ณ จุดบริการต่างๆ | ต่ำ                                               | ___ | ___ | ___ | สูง | ต่ำ             | ___ | ___ | ___ | สูง |

|                                                                       | ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) | ธนาคารซีทีแบงก์                |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|
|                                                                       | 5 4 3 2 1                                         | 5 4 3 2 1                      |
| <b>วงเงินกู้</b>                                                      |                                                   |                                |
| 13. การให้วงเงินกู้สูงสุด                                             | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม                    | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม |
| 14. วงเงินที่ได้รับเพียงพอกับ<br>ตามที่ขอสินเชื่อ                     | เพียงพอ __:__:__:__ ไม่เพียงพอ                    | เพียงพอ __:__:__:__ ไม่เพียงพอ |
| 15. จำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับ<br>เหมาะสมกับรายได้                       | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม                    | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม |
| <b>การผ่อนชำระเงินกู้คืน</b>                                          |                                                   |                                |
| 16. การผ่อนชำระคืนเงินกู้ตาม<br>สัญญา                                 | สั้น __:__:__:__ นาน                              | สั้น __:__:__:__ นาน           |
| 17. การปิดบัญชีสัญญาเงินกู้ก่อน<br>กำหนด                              | ง่าย __:__:__:__ ยาก                              | ง่าย __:__:__:__ ยาก           |
| 18. เงื่อนไขการชำระเงินกู้เกิน<br>กว่าจำนวนเงินผ่อนที่ธนาคาร<br>กำหนด | ไม่ซับซ้อน __:__:__:__ ซับซ้อน                    | ไม่ซับซ้อน __:__:__:__ ซับซ้อน |
| 19. การตัดบัญชีชำระเงินกู้<br>อัตโนมัติ                               | สะดวก __:__:__:__ ไม่สะดวก                        | สะดวก __:__:__:__ ไม่สะดวก     |

**ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเปรียบเทียบทัศนคติด้านการให้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด  
ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

คะแนน 5 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารดีมาก

คะแนน 4 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารดี

คะแนน 3 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารไม่ดี

คะแนน 1 หมายถึง การมีทัศนคติด้านการให้บริการของธนาคารไม่ดีอย่างมาก

|                                                               | ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน)     | ธนาคารซีทีแบงก์                                       |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                                               | 5   4   3   2   1                                     | 5   4   3   2   1                                     |
| <b><u>การให้บริการของพนักงาน</u></b>                          |                                                       |                                                       |
| 20. พนักงานมีความรู้ความ<br>ชำนาญในเรื่องของสินเชื่อ<br>บุคคล | มาก ____ : ____ : ____ : ____ : ____ น้อย             | มาก ____ : ____ : ____ : ____ : ____ น้อย             |
| 21. พนักงานสามารถแก้ปัญหาของ<br>ลูกค้าได้ทันที                | รวดเร็ว ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ล่าช้า       | รวดเร็ว ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ล่าช้า       |
| 22. ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่าง<br>เท่าเทียมกัน                 | เสมอภาค ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่เสมอภาค   | เสมอภาค ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่เสมอภาค   |
| 23. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้<br>ความเป็นกันเอง               | เห็นด้วย ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่เห็นด้วย | เห็นด้วย ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่เห็นด้วย |
| 24. การเก็บรักษาความลับของ<br>ลูกค้า                          | ปกปิด ____ : ____ : ____ : ____ : ____ เปิดเผย        | ปกปิด ____ : ____ : ____ : ____ : ____ เปิดเผย        |
| <b><u>การให้บริการด้านสินเชื่อ</u></b>                        |                                                       |                                                       |
| 25. ความรวดเร็วในการอนุมัติ<br>เงินกู้                        | รวดเร็ว ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ล่าช้า       | รวดเร็ว ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ล่าช้า       |
| 26. เงื่อนไขการขอวงเงินกู้<br>เพิ่มเติม                       | ไม่ซับซ้อน ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ซับซ้อน   | ไม่ซับซ้อน ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ซับซ้อน   |

|                                                      | ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) | ธนาคารซีทีแบงก์                      |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------|
|                                                      | 5 4 3 2 1                                         | 5 4 3 2 1                            |
| <b>ด้านสถานที่ให้บริการ</b>                          |                                                   |                                      |
| 27. มีสาขาทั่วประเทศสะดวกแก่<br>การติดต่อและชำระเงิน | ครอบคลุม __:__:__:__ ไม่ครอบคลุม                  | ครอบคลุม __:__:__:__ ไม่<br>ครอบคลุม |
| 28. เวลาเปิด-ปิดบริการ                               | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม                    | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม       |
| 29. ทำเลที่ตั้ง                                      | สะดวก __:__:__:__ ไม่สะดวก                        | สะดวก __:__:__:__ ไม่สะดวก           |
| 30. ที่פקลูกค้ำขณะรอรับบริการ                        | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม                    | เหมาะสม __:__:__:__ ไม่เหมาะสม       |
| 31. บรรยากาศภายในธนาคาร                              | ดี __:__:__:__ ไม่ดี                              | ดี __:__:__:__ ไม่ดี                 |

**ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด  
ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารซีทีแบงก์**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

| ความพึงพอใจโดยรวมของ<br>ผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล                           | ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) | ธนาคารซีทีแบงก์                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
|                                                                             | 5 4 3 2 1                                         | 5 4 3 2 1                                          |
| 32. การให้บริการสินเชื่อบุคคล<br>โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่<br>ท่านคาดหวังไว้ | สูงกว่าที่ __:__:__:__ ต่ำกว่าที่<br>คาดหวังไว้   | สูงกว่าที่ __:__:__:__ ต่ำมากกว่าที่<br>คาดหวังไว้ |
| 33. คุณค่าการให้บริการโดยรวม<br>ของธนาคาร                                   | คุ้มค่า __:__:__:__ ไม่คุ้มค่า                    | คุ้มค่า __:__:__:__ ไม่คุ้มค่า                     |
| 34. ความพึงพอใจโดยรวม<br>ของธนาคาร                                          | พอใจ __:__:__:__ ไม่พอใจ<br>อย่างมาก              | พอใจ __:__:__:__ ไม่พอใจ<br>อย่างมาก               |

**ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)**  
**กับ ธนาคารซีทีแบงก์**

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความในช่องว่างและทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

35. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคล

- ( ) ซ่อมแซมและต่อเติมที่อยู่อาศัย  
 ( ) ซื้อรถ  
 ( ) ต้องการไปชำระหนี้ที่อื่นที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า  
 ( ) ขยายกิจการเพิ่มเติม  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

| พฤติกรรมการใช้บริการ<br>สินเชื่อ                   | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) | พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของ<br>ธนาคาร<br>ซีทีแบงก์         |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 36. วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ<br>สินเชื่อบุคคล     | _____ บาท                                                                                 | _____ บาท                                                           |
| 37. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า<br>สินเชื่อบุคคล         | _____ ปี _____ เดือน                                                                      | _____ ปี _____ เดือน                                                |
| 38. จำนวนครั้งที่ใช้บริการของ<br>สินเชื่อบุคคล     | _____ ครั้ง                                                                               | _____ ครั้ง                                                         |
| 39. การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้<br>บริการสินเชื่อบุคคล | แนะนำ ____ : ____ : ____ : ____ ไม่แนะนำ<br>แน่นอน 5 4 3 2 1 แน่นอน                       | แนะนำ ____ : ____ : ____ : ____ ไม่แนะนำ<br>แน่นอน 5 4 3 2 1 แน่นอน |

40. ช่องทางการชำระเงินที่ท่านไปใช้บริการ

- ( ) ธนาคารที่ท่านใช้บริการสินเชื่ออยู่  
 ( ) ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ  
 ( ) เคาน์เตอร์เซอร์วิส  
 ( ) ที่ทำการไปรษณีย์  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

43. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกชำระเงินตามช่องทางข้างต้น

- ( ) เดินทางสะดวก  
 ( ) บริการประทับใจ  
 ( ) ไม่ต้องเสียค่าบริการ  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม**

ภาคผนวก ข.

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

### รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

| รายชื่อ                              | ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน                                                                                                   |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา   | ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร<br>บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต<br>ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ | กรรมการบริหารหลักสูตร<br>บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต<br>ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ       |

ภาคผนวก ค.

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

|                              |                                                                                                                                                    |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ ชื่อสกุล                | นางสาวนปภา พิสิฐมุกดา                                                                                                                              |
| วันเดือนปีเกิด               | 1 มิถุนายน 2525                                                                                                                                    |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน          | 1723/64 ซ.จันทน์เก่า 6 ถ.จันทน์<br>แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร<br>จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10120                                                            |
| ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน | Telesales of Distribution                                                                                                                          |
| สถานที่ทำงานปัจจุบัน         | ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย)<br>จำกัด (มหาชน) เลขที่ 90<br>อาคารสาทรนครทาวเวอร์ ชั้น EV3B<br>ถ.สาทรใต้ เขตบางรัก<br>จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10500 |
| ประวัติการศึกษา              |                                                                                                                                                    |
| พ.ศ. 2546                    | ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)<br>เกียรตินิยมอันดับสอง<br>จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย                                                                  |
| พ.ศ. 2551                    | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ)<br>จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ                                                                                 |