

# อภิธาน์นทาการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
สำนักธุรกิจกำแพงเพชร



สำนักหอสมุด



วงศ์ธร มัชฌิมา

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน..... 6 ส.ย. 2558
เลขทะเบียน..... 16768046
เลขเรียกหนังสือ..... H6


2037  
75  
012521  
2556

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
พฤษภาคม 2556  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและประธานโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตได้พิจารณาการศึกษา  
ค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนัก  
ธุรกิจกำแพงเพชร เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



.....  
(ดร.ปาริชาติ ราชประดิษฐ์)  
อาจารย์ที่ปรึกษา



.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์)  
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์)  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร  
พฤษภาคม 2556

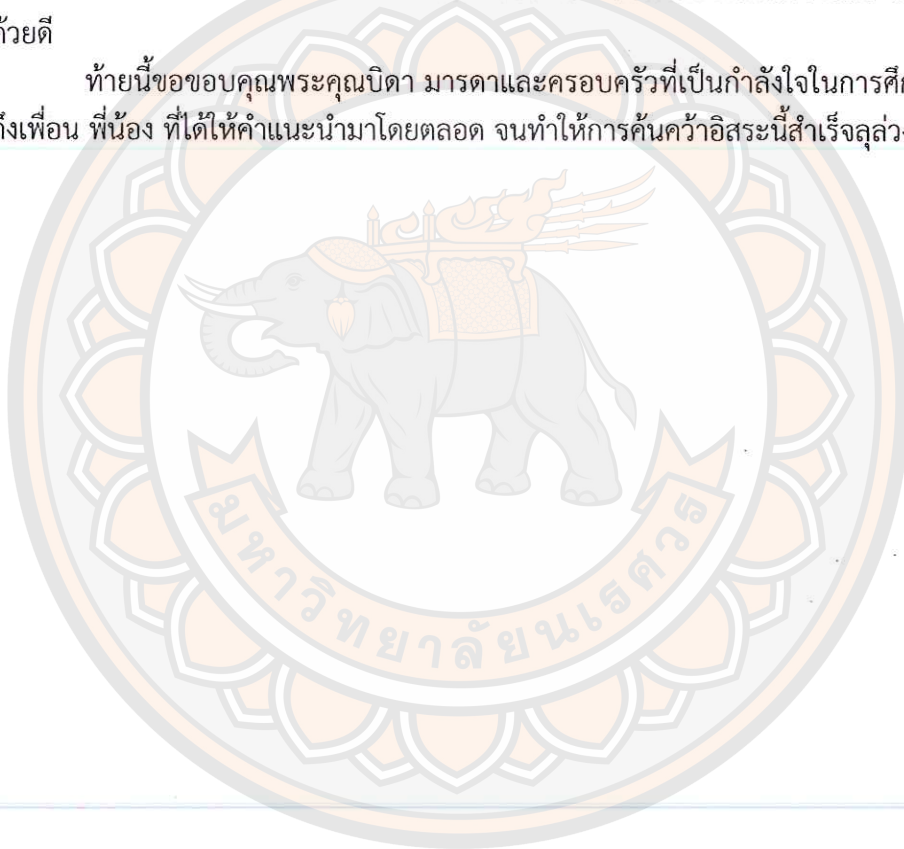
## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.ปาริชาติ ราชประดิษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยให้คำแนะนำ และปรึกษา ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ขอขอบคุณกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออนุเคราะห์ข้อมูล และตอบ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเป็นอย่างยิ่ง จนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยดี

ท้ายนี้ขอขอบคุณพระคุณบิดา มารดาและครอบครัวที่เป็นกำลังใจในการศึกษาครั้งนี้ รวมไปถึง ถึงเพื่อน พี่น้อง ที่ได้ให้คำแนะนำมาโดยตลอด จนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

วงศ์ธร มัชฌิมา





ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร
ผู้เขียน	วงศ์ธร มัชฌิมา
ที่ปรึกษา	ดร.ปาริชาติ ราชประดิษฐ์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555
คำสำคัญ	สำนักธุรกิจกำแพงเพชร, สินเชื่อธนาคารกรุงเทพฯ

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากลูกค้านิติบุคคล ที่จดทะเบียนในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล โดยมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี ซึ่งเป็นประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจค้าส่ง มีเงินลงทุนในธุรกิจมากกว่า 5 ล้านบาท และมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 10 ล้านบาท ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าที่ใช้บริการและกำลังขอสินเชื่ออยู่นั้น มีระยะเวลาที่ขอใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี โดยใช้สินเชื่อประเภทเงินกู้จำนอง ในวงเงินตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท มีจำนวนสินเชื่อกับธนาคาร 1 – 2 ประเภท และเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อเพราะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ และมีบริการด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ สำหรับกรณีของลูกค้ายังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อนั้น มีแนวโน้มว่าจะมาใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงเทพต่อไปในอนาคต เพราะคิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งน่าจะเป็นเพราะว่าธนาคารกรุงเทพ เป็นธนาคารที่มีสินเชื่อสนับสนุนเกี่ยวกับธุรกิจอยู่อย่างหลากหลาย และตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าทางธนาคารอื่นๆ มีบุคลากรให้การสนับสนุนและดูแลกลุ่มลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย สามารถชี้แนะอธิบายและติดตามผลการขอสินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อแล้วก็มีการตรวจสอบ ติดตามสอบถามถึงผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง ถ้าหากลูกค้าประสบปัญหาในเรื่องของการผ่อนชำระก็สามารถชี้แนวทางในการชำระหนี้ได้เป็นอย่างดีโดยไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจและต่อธนาคาร รวมทั้งถ้าหากมีโครงการใดๆ ที่สามารถลดอัตราดอกเบี้ยได้อีก ทางธนาคารก็จะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถใช้บริการในโครงการดังกล่าวได้ และสามารถผ่อนชำระหนี้ได้ตรงตามสัญญาเสมอๆ

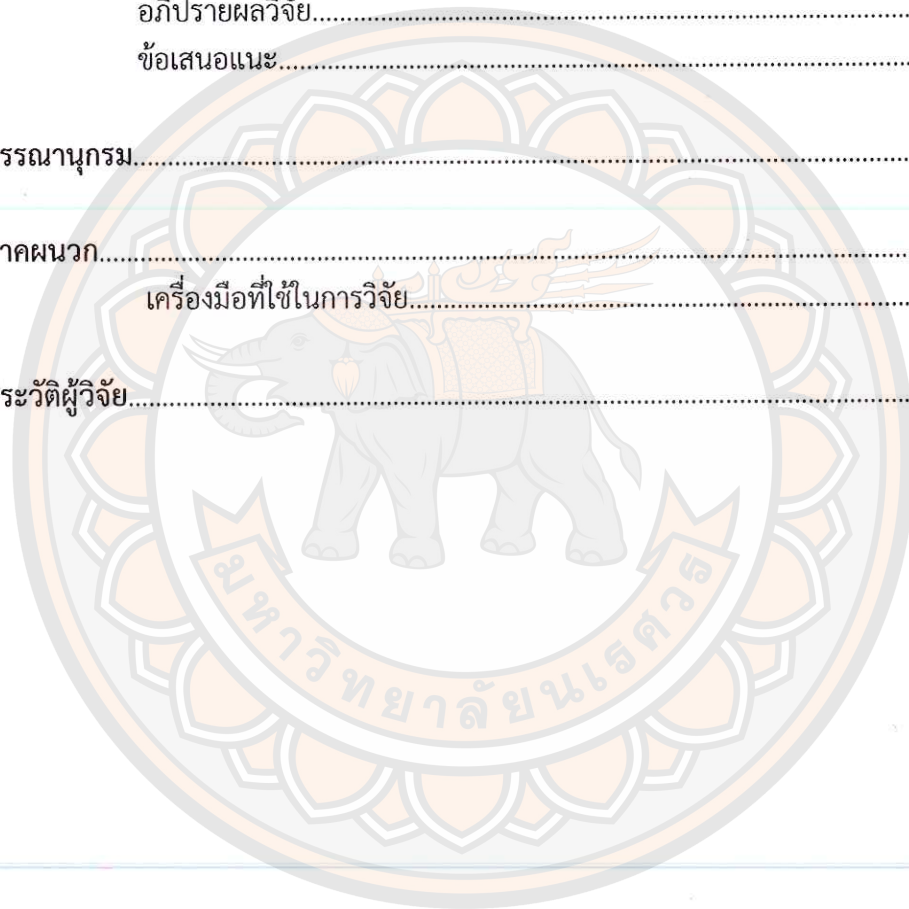


## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อ.....	7
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการ.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสินเชื่อ.....	20
ข้อมูลธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
การวิเคราะห์การข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนัก ธุรกิจกำแพงเพชร .....	43
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากรุงเทพ สำนัก ธุรกิจกำแพงเพชร.....	47
การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน.....	53

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปลผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59
สรุปลผลวิจัย.....	59
อภิปรายผลวิจัย.....	64
ข้อเสนอแนะ.....	67
บรรณานุกรม.....	69
ภาคผนวก.....	73
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	74
ประวัติผู้วิจัย.....	81



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนสินเชื่อที่ให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร.....	3
2 แสดงค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbarch).....	33
3 แสดงประเภทของกลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร.....	38
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามเพศ.....	39
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	39
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียน.....	40
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ.....	40
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....	41
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามเงินลงทุน.....	41
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามรายได้ต่อปี.....	42
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามระยะเวลาที่ขอใช้บริการสินเชื่อ.....	43
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามประเภทสินเชื่อที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ.....	43
13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบันกับธนาคาร.....	44
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามจำนวนสินเชื่อที่มี.....	44
15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามเหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อ.....	45

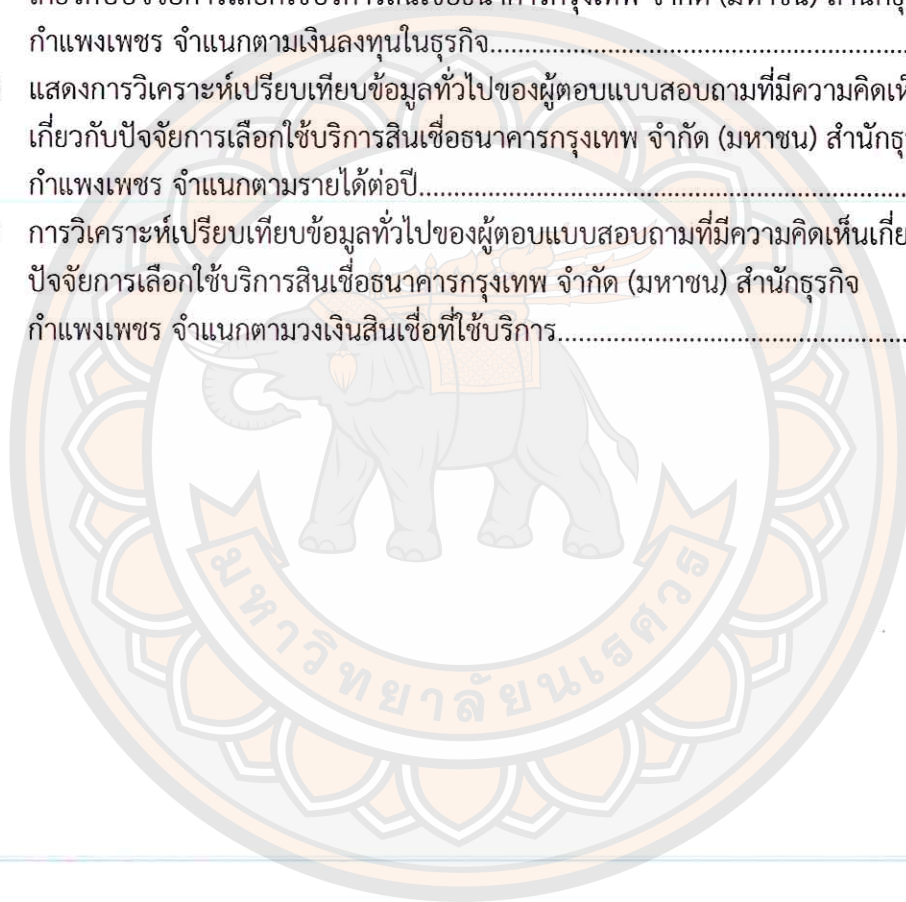


## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ แต่คิดว่าจะมาใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร.....	46
17	แสดงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ ที่คิดว่าจะเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เพราะเหตุใด.....	46
18	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ในภาพรวม.....	47
19	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านสินเชื่อ.....	48
20	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านบุคลากร.....	49
21	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านการประชาสัมพันธ์.....	50
22	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านอาคารสถานที่.....	51
23	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/ สิ่งอำนวยความสะดวก.....	52
24	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียน.....	53
25	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ.....	54

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....	55
27	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามเงินลงทุนในธุรกิจ.....	56
28	แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามรายได้ต่อปี.....	57
29	การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	58





## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปิดเสรีทางด้านเศรษฐกิจการเงินมากขึ้นทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แม้ว่าเศรษฐกิจประเทศไทยจะยังไม่ฟื้นตัวอย่างทั่วถึงทุกภาคการผลิต แต่ก็มีช่องทางธุรกิจที่เปิดโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพได้ ทำให้การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ในประเทศมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่เข้ามาซื้อกิจการธนาคารของประเทศไทย ซึ่งธนาคารต่างประเทศเหล่านั้นได้มีการปรับกลยุทธ์ในด้าน Retail Banking และ Electronic Banking รวมถึงการนำเอาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ ๆ มาให้บริการมากขึ้น

สถาบันการเงินถือเป็นธุรกิจการให้บริการประเภทหนึ่งที่มีสภาพการแข่งขันสูงในปัจจุบันซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน (Financial Sector Master Plan) ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2547 ส่งผลให้สถาบันการเงินหลายแห่งที่เป็นบริษัทเงินทุนและบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ได้ดำเนินการควบรวมกิจการเพื่อยกสถานะขึ้นเป็นธนาคารพาณิชย์ และยังรวมถึงสถาบันการเงินต่างชาติที่ขอปรับสถานะเป็นธนาคารพาณิชย์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550 : ออนไลน์)

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทมากที่สุดต่อระบบเศรษฐกิจ โดยมีบทบาทเป็นสื่อกลางทางการเงิน ทำหน้าที่หลักในการระดมเงินออม โดยการรับเงินฝากจากประชาชน หน่วยธุรกิจ และหน่วยงานราชการต่าง ๆ แล้วทำการกระจายสินเชื่อในรูปแบบของการให้กู้ยืม หรือการลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ ถือเป็นบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งด้านการระดมเงินออมและการให้สินเชื่อ โดยเฉพาะการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์มีบทบาทสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ได้ส่งผลกระทบต่อฐานะของสถาบันการเงิน และธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะปัญหาที่เกี่ยวกับหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-performing Loans : NPLs) ที่ยังมีระดับสูงอยู่ ทำให้สถาบันการเงินหลายแห่งต้องเพิ่มทุน ธนาคารพาณิชย์บางแห่งต้องควบกิจการเพื่อให้มีกองทุนเพียงพอตามที่ทางการกำหนด อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มการขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 5.25 – 6.25 ท่ามกลางภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้นตามระดับราคาน้ำมัน ภาวะอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ ปัญหาการขาดดุลการค้า รวมทั้งผลกระทบจากสถานการณ์ระบาดต่อเนื่องของโรคไข้หวัดนก ธรณีพิบัติ และความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงเป็นสาเหตุให้สถาบันการเงินทุกแห่งมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้นและในขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์ไทยได้มีการร่วมทุนกับธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ได้ส่งผลให้ระบบธนาคารมีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี และการให้บริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมทั้งการ



แข่งขันในเรื่องการให้สินเชื่อที่มีความเสี่ยงน้อย แต่สร้างรายได้ให้กับธนาคารในอัตราที่ค่อนข้างสูง อาทิ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และสินเชื่อบุคคลประเภทต่าง ๆ (ธนาคารกรุงเทพฯ , 2555 : ออนไลน์)

การให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ถือว่าเป็นธุรกิจที่สำคัญ และเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักของธนาคาร ดังนั้นการจัดการการให้สินเชื่อจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อให้สามารถทำกำไรได้ โดยมีความเสี่ยงน้อยที่สุดซึ่งถือว่าเป็นหลักของการจัดการสินเชื่อ ซึ่งแนวทางในการจัดการการให้สินเชื่อมีดังนี้ คือ

1) การพิจารณาให้สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ต้องมีความรอบคอบในการพิจารณาสำหรับลูกค้าในแต่ละรายโดยจะต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับฐานะของลูกค้า ลักษณะนิสัยความสามารถในการชำระหนี้ วัตถุประสงค์ในการกู้ยืมว่าสามารถนำไปใช้ในการดำเนินกิจการและก่อให้เกิดรายได้จริง ซึ่งในการพิจารณาฐานะของลูกค้าถือเป็นตัวกำหนดวงเงิน อัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาการชำระคืน โดยที่ลูกค้าในแต่ละรายจะได้รับไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับผลการวิเคราะห์ว่ามีความเสี่ยงมากน้อยแตกต่างกันเพียงใด

2) หลักประกันการให้สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์จะต้องพิจารณาด้านหลักประกันเพื่อลดความเสี่ยงลง เนื่องจากความล้มเหลวหรือความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าที่ไม่สามารถคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าได้ ซึ่งจะทำให้ธนาคารไม่สูญเสียเงินที่กู้ยืมในกรณีที่ผู้กู้ไม่สามารถชำระหนี้คืนได้

3) การติดตามและการควบคุมเงินให้สินเชื่อ หลังจากที่ธนาคารพาณิชย์ให้สินเชื่อกับลูกค้าไปแล้วจะต้องมีการคอยติดตามฐานะทางการเงินและการประกอบธุรกิจของลูกค้าอยู่เสมอเพื่อทราบปัญหาต่าง ๆ และดูความเหมาะสมของวงเงินที่ได้รับ หากธุรกิจมีการขยายตัวที่ดีขึ้นจะต้องมีการปรับปรุงวงเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

4) การเรียกเก็บหนี้ ธนาคารพาณิชย์จะต้องมีระบบการติดตามและเรียกเก็บหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการไม่ติดตามเรียกเก็บหนี้นี้ย่อมก่อให้เกิดความสูญเสียได้ ซึ่งอาจจะทำให้ต้นทุนรวมดอกเบี้ยค้างมีจำนวนมากกว่ามูลค่าหลักประกัน โดยธนาคารจะต้องมีการออกหนังสือติดตามทวงถาม เมื่อเดือนแล้วยังเพิกเฉยก็ให้ดำเนินคดีตามลำดับขั้นตอนทางกฎหมายต่อไป

ธนาคารกรุงเทพ เป็นสถาบันการเงินหนึ่ง ที่มีหน้าที่และบทบาทสำคัญ ซึ่งดำเนินงานในรูปของสถาบันเพื่อการออม โดยมุ่งพัฒนาธุรกิจการเงินในตลาดลูกค้ารายย่อย ลูกค้าระดับรากหญ้า ตลอดจนสนับสนุนประชาชนผู้ด้อยโอกาส ในการที่จะเข้าถึงสถาบันการเงินต่าง ๆ ควบคู่กับการตอบสนอง และสนับสนุนนโยบายในการพัฒนาประเทศของรัฐบาล ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาสังคม ประกอบกับในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ทวีความเข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในสภาวะแวดล้อมที่มีการแข่งขันกัน ทำให้ธนาคารกรุงเทพให้ความสำคัญกับการรักษากิจการลูกค้าเดิมและขยายส่วนแบ่งตลาดกับกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะลูกค้าที่ทำรายได้หลักให้กับธนาคาร ซึ่งก็คือลูกค้าประเภทสินเชื่อธุรกิจและสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคที่ธนาคารต้องรักษาไว้ โดยธนาคารได้ปรับปรุงโครงสร้างระบบงานตามโครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้สมบูรณ์ครบถ้วนยิ่งขึ้น อันจะสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับกลุ่มลูกค้า



จากที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับภาวะการณ์ในปัจจุบัน การแข่งขันของสถาบันการเงินต่างๆ รวมทั้งธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ในจังหวัดกำแพงเพชร มีการแข่งขันกันสูง มีการให้บริการสินเชื่อที่หลากหลายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการของธนาคาร ธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ก็เป็นหนึ่งใน การให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้า จากการสำรวจถึงส่วนแบ่งการตลาดจากข้อมูลของธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ในปี พ.ศ.2553 - 2555 จะเห็นได้ว่ามีจำนวนเงินให้สินเชื่อกับลูกค้า ตามรายละเอียดดังนี้ ในปี 2553 เงินให้สินเชื่อกับลูกค้า มีจำนวน 1,747.93 ล้านบาท ปี 2554 เงินให้สินเชื่อกับลูกค้า มี จำนวน 2,082.77 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มจากปี 2553 ร้อยละ 19 และปี 2555 เงินให้สินเชื่อกับลูกค้า มีจำนวน 1,831.05 ล้านบาท มีอัตราการลดลงจากปี 2554 ร้อยละ 12 เนื่องจากในปี 2554 มีหนี้ค้างชำระหลายราย และอาจมีกลุ่มลูกค้าที่ถูก Refinance ไปใช้ธนาคารอื่น จึงทำให้เกิดอัตราการลดลงของสินเชื่อที่ให้บริการแก่ลูกค้า ในปี 2555 ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนสินเชื่อที่ให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

จำนวน เจ้าหน้าที่	ปี 2553 (ล้านบาท)	ปี 2554 (ล้านบาท)	G/R	ปี 2555 (ล้านบาท)	G/R
1	348.03	489.51	41%	449.72	-8%
2	239.59	337.69	41%	206.52	-39%
3	490.94	538.41	10%	400.32	-26%
4	153.81	152.55	-1%	142.29	-7%
5	148.59	178.31	20%	210.22	18%
6	117.63	128.95	10%	148.08	15%
7	84.47	92.69	10%	108.94	18%
8	164.88	164.67	0%	164.96	0%
รวม	1,747.93	2,082.77		1,831.05	

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงอยากจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นิเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ของลูกค้า โดยมุ่งเน้นการศึกษานิสิตธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร สำหรับเหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกเฉพาะกลุ่มลูกค้าสินเชื่อที่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และมีรายได้สูงสุด เพราะว่าลูกค้ากลุ่มนี้มีความสำคัญต่อธนาคารกรุงเทพมากที่สุด เนื่องมาจากในปัจจุบันนี้มีกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้มากนั้นมาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพประมาณ 13% เท่านั้น เมื่อเทียบกับสัดส่วนการจดทะเบียนนิติบุคคลในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งถือว่ามียุคค้ำมาใช้บริการขอสินเชื่อค่อนข้างน้อย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นิเทศจากธนาคารกรุงเทพ ของสำนักธุรกิจกำแพงเพชร ของกลุ่มลูกค้าดังกล่าว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้เป็นข้อเสนอแนะ และเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข ในด้านการให้บริการสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่ดีแก่ลูกค้า และนำข้อมูลที่

ได้มาใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในของธนาคารให้สามารถส่งมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจก้ำแพงเพชร

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้านิติบุคคล ที่จดทะเบียนในจังหวัด ก้ำแพงเพชร จำนวน 528 ราย (พาณิชย์จังหวัด, 2555) ที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อแล้ว และลูกค้ารายใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูงสุด จำนวน 100 รายอันดับแรก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้รวมกันคิดเป็น 50% ของรายได้จากกลุ่มประชากรทั้งหมด

2. ขอบเขตของเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจก้ำแพงเพชร

#### 3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระที่ศึกษา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ เงินลงทุนในธุรกิจ รายได้ต่อปีของธุรกิจ

3.2 ตัวแปรร่วมที่ศึกษา ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ประกอบด้วย ระยะเวลาที่ขอใช้บริการสินเชื่อ, ประเภทสินเชื่อที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ, วงเงินสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบันกับธนาคาร, จำนวนสินเชื่อที่มี และ เหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อ

3.3 ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจก้ำแพงเพชร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้านิติบุคคล ที่จดทะเบียนในจังหวัดก้ำแพงเพชร เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อแล้ว และลูกค้ารายใหม่ ที่มาขอใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจก้ำแพงเพชร

ธนาคารกรุงเทพ หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์สินเชื่อ หมายถึง เงินให้สินเชื่อและภาระผูกพันที่ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้า

สินเชื่อ หมายถึง สินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจก้ำแพงเพชร ที่มีไว้ให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ เช่น สินเชื่อ SME



**ปัจจัย** หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ประกอบด้วย ปัจจัยความพึงพอใจ ปัจจัยการบริการสินเชื่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจอันเกิดจากทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

**การบริการสินเชื่อ** หมายถึง การให้ความสะดวก การอำนวยความสะดวก โดยเป็นการปฏิบัติการให้บริการด้านสินเชื่อในเรื่องของการให้ข้อมูล วิธีการ และรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสินเชื่อแต่ละประเภท

**ด้านบุคลากร** หมายถึง พนักงานที่ให้บริการด้านสินเชื่อ โดยมีคุณลักษณะทางด้านการแต่งกาย ความสุภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเอาใจใส่ การต้อนรับ ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ความเสมอภาค และการแนะนำสินเชื่อที่ตรงกับวัตถุประสงค์

**ด้านการประชาสัมพันธ์** หมายถึง การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และธุรกิจของธนาคารให้ทราบอย่างทั่วถึง เอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับธุรกิจสินเชื่อ และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

**ด้านอาคารสถานที่** หมายถึง ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร ที่จอดรถ ความสะอาด ตกแต่งสวยงาม บริเวณภายในอาคาร สถานที่นั่งรอรับบริการ รวมถึงการจัดบริการอื่น ๆ

**ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง ความทันสมัยของเครื่องมือเครื่องใช้ ความรวดเร็ว และถูกต้อง จำนวนเครื่องมือเครื่องใช้ รวมถึงจำนวนสาขาของธนาคารที่มีไว้ให้บริการ

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

#### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะการจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรแตกต่างกัน
2. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรแตกต่างกัน
3. ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน

4. เงินลงทุนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนาครกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน
5. รายได้ต่อปีที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนาครกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน
6. วงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อนาครกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ผู้วิจัยขอเสนอรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้า
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสินค้า
5. ข้อมูลธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้า

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ คือ

- 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
- 2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่าทำให้ลูกค้าพึงพอใจด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

#### ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2550, หน้า 126) ได้อธิบายไว้ว่า ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้ว จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของตัวแบบยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นตัวแบบนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้



1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นมาจากภายนอก นักการตลาดจึงต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นนี้ถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลหรือใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ต้องสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น ในที่นี้จะนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เข้ามาศึกษาประกอบไปด้วย ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและมีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

- ด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกหาซื้อได้ง่าย สะอาด ซึ่งถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งองค์กรควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

- ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศรายได้ของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความต้องการของบุคคล ถ้าเศรษฐกิจดี การใช้จ่ายใช้สอยจะเพิ่มขึ้น

- ด้านเทคโนโลยี (Technology) การเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ในยุคปัจจุบัน

- ด้านการเมืองและกฎหมาย (Law and Political) กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีการนำเข้าการเปิดแข่งขันเสรีทางการค้าเป็นต้นทำให้บุคคลเปลี่ยนไปใช้ของตาม สถานการณ์

- ด้านวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ประเพณีคนไทยเชื่อสายจีนนิยมซื้อของเพื่อไหว้บรรพบุรุษในงานเทศกาล เช่น ซื้อมู ไข่ เครื่องใช้ต่าง ในเทศกาลตรุษจีน

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกเป็นกระบวนการที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถหยั่งรู้ได้ ดังนั้นจำเป็นต้องพยายามค้นหาความรู้สึก

ของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดนี้เกิดขึ้นจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังนี้

2.1 ด้านลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จะได้รับการกระตุ้นประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลแต่ละกลุ่มให้มีความแตกต่างกัน วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อพฤติกรรมการซื้อของบุคคล

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติศาสนาสีผิวภูมิภาคที่แตกต่างกัน เป็นต้นกลุ่มย่อยมีวัฒนธรรมปฏิบัติแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นทำให้ต้องมีการวางแผนชีวิตต่อความเป็นอยู่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น

- ชั้นของสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไปจนถึงระดับล่าง โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน อันได้แก่ อาชีพ, รายได้, ฐานะชาติกำเนิด, ตำแหน่งหน้าที่และบุคลิกลักษณะของบุคคล

2.ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางด้านสังคมประกอบด้วย

- กลุ่มอ้างอิง เช่น ครอบครัว, เพื่อนสนิท, เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบันเดียวกัน

- ครอบครัวโดยที่ทุกคนนั้นมีพฤติกรรมพื้นฐานมาจากครอบครัวที่ตนอยู่ซึ่งบางครั้งยากที่จะเปลี่ยนแปลง

- บทบาทและสถานะ คือ บางครั้งผู้ซื้อไม่ได้ใช้หรือผู้ใช้ก็ไม่มีอำนาจในการซื้อ

3.ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย

- อายุวัฏจักรชีวิตครอบครัว ซึ่งแต่ละอายุ จะมีการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน

- อาชีพและโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งแต่ละบุคคลต่างอาชีพจะมีการตัดสินใจซื้อที่ไม่เหมือนกัน

- รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยแต่ละบุคคลมีการดำเนินชีวิตไม่เหมือนกัน

- เอกลักษณะบุคคลและความคิดส่วนตัว

4.ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลด้านกระบวนการด้านจิตวิทยา คือ การจงใจความเข้าใจการเรียนรู้ความเชื่อถือได้และทัศนคติ เช่น ผู้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ คือ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อจนถึงผู้ใช้ นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการซื้อคือซื้อแบบซ้ำซ้อนแบบลดความซ้ำซ้อนซื้อประจำและแบบเลือกมาก

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) มีขั้นตอนดังนี้

- การรับรู้ปัญหาเช่นความต้องการความจำเป็นความเสี่ยงในการเลือกซื้อ

- การค้นหาข้อมูลเช่นจากแหล่งบุคคลการค้าชุมชนและประสบการณ์

- การประเมินทางเลือก

- การตัดสินใจซื้อเมื่อทุกอย่างได้ตามความต้องการและพึงพอใจตัดสินใจซื้อ

- พฤติกรรมภายหลังการซื้อต้องมีความพึงพอใจ



### 3. การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision) ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 3.1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.2) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 3.3) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 3.4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- 3.5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

#### แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ด้านส่วนประสมทางการตลาดตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, (2546, หน้า 337 – 339) กล่าวไว้ว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps ช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่ง que ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆโดยทั่วไป แล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในด้านการบริการด้านสินเชื่อนั้น ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ (Service product) การที่จะสร้างความมั่นใจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น ธุรกิจจะต้องสร้าง และนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจมากที่สุด

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่า เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่า ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิธีการกำหนดราคานโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้าได้ ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องหรือไม่ การแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันประกอบด้วย โดยความสำคัญของการทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่าย และลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้นๆ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication mix) ประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคลในการสื่อสารโดยผ่านสื่อต่างๆและผู้อุปถัมภ์รายการ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบโดยการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่ทำอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) เป็นแผนงานการนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มบุคคลให้เกิดความคิดเห็น หรือทัศนคติที่ดี ต่อองค์กรตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจ และตัดสินใจ

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total quality management : TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ธุรกิจโรงภาพยนตร์ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋ว หรือ คุณประโยชน์อื่น

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

สรุปได้ว่า ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) เป็นเครื่องมือการบริหารที่ธุรกิจที่ให้บริการใช้ช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์ 2.ราคา 3.ช่องทางการจัดจำหน่าย 4.การส่งเสริมทางการตลาด 5.บุคคลหรือพนักงาน 6.ลักษณะทางกายภาพ และ 7.กระบวนการ ดังนั้นองค์กรใดที่มีนโยบายเน้นให้ความสำคัญของ “ลูกค้า” องค์การนั้นก็จะได้ประสบความสำเร็จในที่สุด



## 2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาความหมายเกี่ยวกับความพอใจ พบว่ามีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพอใจไว้หลายท่าน ดังนี้

เครส และ ครูธฟิลด์ (Krech and Cruthfield, 1962, หน้า 77-84) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง พร้อมบรรจุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ระดับหนึ่ง กูด (Good, 1973, p. 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น

เชลลี (Shelly, 1975, หน้า 215) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความรู้สึกพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกด้วย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวก

กาญจนา อรุณสุขรุจี, (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดย การแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

นภารัตน์ เสือจงพร, (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบ และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

เทพพนม และสวิง, (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคณาจารย์หนึ่ง สิ่งที่เขาตกใจไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สง่า ภู่อรงค์, (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

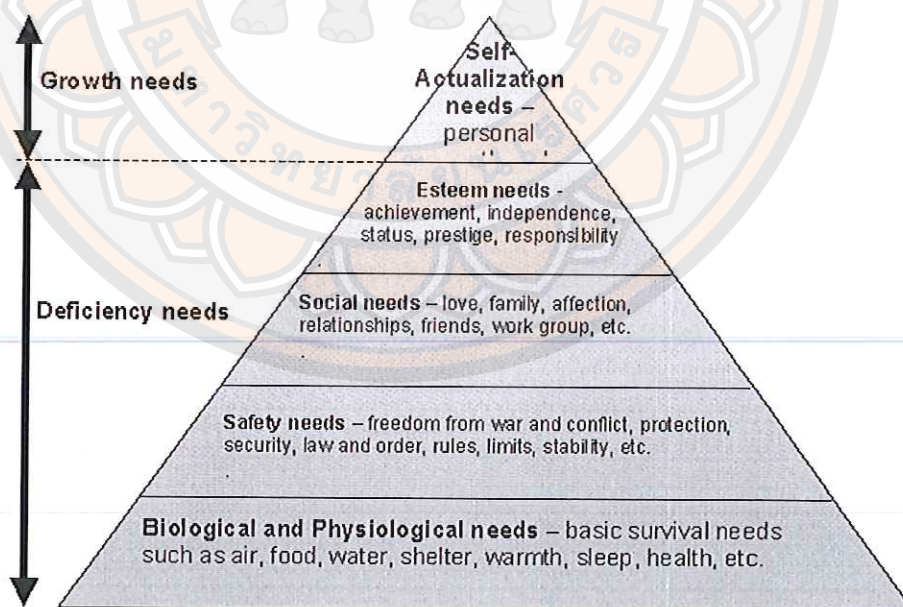
## ทฤษฎีความต้องการ (Need Theories)

### ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory)

เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยแบรนดีส์ เป็นทฤษฎีที่รู้จักกันมากที่สุด ทฤษฎีหนึ่ง ซึ่งระบุว่า บุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุด กรอบความคิดที่สำคัญ ของทฤษฎีนี้ มีสามประการคือ

1. บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการมีอิทธิพลหรือเป็นเหตุจูงใจต่อพฤติกรรม ความต้องการที่ยังไม่ได้รับ การสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ ส่วนความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้วจะไม่ใช่เป็นเหตุจูงใจอีกต่อไป
2. ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญจากความต้องการพื้นฐานไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน
3. เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจะก้าวไปสู่ความต้องการลำดับที่สูงขึ้นต่อไปเรื่อยๆ

มาสโลว์ เห็นว่าความต้องการของบุคคลมีห้ากลุ่มจัดแบ่งได้เป็นห้าระดับจากระดับต่ำไปสูงเพื่อความเข้าใจ มักจะแสดงลำดับของความต้องการเหล่านี้ โดยภาพ ดังนี้



ภาพ 1 แสดงลำดับความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์



### ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)

เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการ อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย หากพนักงานมีรายได้จากการปฏิบัติงานเพียงพอ ก็จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยมีอาหารและที่พักอาศัย เขาจะมีกำลังที่จะทำงานต่อไป และการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการ สุขภาพ เป็นการสนองความต้องการในลำดับนี้ได้

### ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว หมายถึง ความต้องการ สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพ การสนองความต้องการนี้ ต่อพนักงาน ทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยใน การปฏิบัติงาน เป็นต้น

### ความต้องการทางสังคม (Social Needs)

เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเราต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน ต้องการเพื่อน การมีโอกาสเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

### ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)

เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงขึ้น มีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเองแก่ผู้อื่น ชื่นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกภูมิใจในตัวเองและเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ ยก ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูงขึ้น งานที่ท้าทายขึ้น การได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงานที่สำคัญ มีโอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ เป็นต้น

### ความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต (Self-actualization Needs)

เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะ ความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพการงาน เป็นต้น

มาสโลว์ แบ่งความต้องการเหล่านี้ออกเป็นสองกลุ่ม คือ ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (deficiency needs) เป็น ความต้องการระดับต่ำ ได้แก่ ความต้องการทางกายและความต้องการความปลอดภัย อีกกลุ่มหนึ่งเป็น ความต้องการก้าวหน้า และพัฒนาตนเอง (growth needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เกียรติยศและชื่อเสียง และความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้แก่ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง และอธิบายว่า ความต้องการระดับต่ำ จะได้รับการตอบสนองจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูง จะได้รับการตอบสนอง จากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ความต้องการที่รับการตอบสนองอย่างดีแล้ว จะไม่สามารถเป็นเงื่อนไขของใจบุคคลได้อีกต่อไป แม้ผลวิจัย ในเวลาต่อมา ไม่สนับสนุนแนวคิดทั้งหมดของมาสโลว์ แต่ทฤษฎีลำดับความต้องการของเขา ก็เป็นทฤษฎีที่เป็นพื้นฐาน ในการอธิบายองค์ประกอบของแรงจูงใจ ซึ่งมีการพัฒนาในระยะหลังๆ

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ ตามทัศนะของนักวิชาการมีความหมาย ดังนี้

วรวิทย์ คำแพงศิริรัตน์, (2542, หน้า11) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการคือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือระหว่างกลุ่มบุคคล ที่ฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้บริการมีหน้าที่ปฏิบัติการรับใช้และให้ความสะดวกโดยมุ่งหวัง เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้มารับบริการมากที่สุด

ยุภาวรรณ วรรณวานิชย์, (2548, หน้า 9-12) ได้ให้ความหมายของคำว่าบริการไว้แตกต่างกัน ดังนี้

1. บริการ (Service) เป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งกิจกรรมดังกล่าวไม่มีตัวตน และไม่มีใครเป็นเจ้าของ ซึ่งในการผลิตบริการนั้น อาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้

2. บริการ (Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ตัวอย่างเช่นโรงเรียนโรงพยาบาลโรงพยาบาลโรงแรมฯลฯ

3. บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

4. บริการ (Service) หมายถึง บุคคลหนึ่งปฏิบัติด้วยการให้แก่อีกบุคคลหนึ่งหรืออีกหลายๆคน เพื่อสนองตอบความประสงค์ในเรื่องต่างๆ ด้วยความสะดวกรวดเร็วถูกต้องและอย่างมีอัธยาศัยสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ

ศิริกัญญา กระจายศรี, (2549, หน้า 33) กล่าวสรุปไว้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้ให้บริการจะต้องทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีความคาดหวังไว้ล่วงหน้า ว่าตนจะได้รับความพึงพอใจจากการได้รับบริการอย่างสูงสุด โดยผู้บริการจะเป็นผู้สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน มีความต่อเนื่องทันเวลาและมีการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการอย่างสม่ำเสมอสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่ผู้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้วยความสะดวกรวดเร็วถูกต้องอย่างมีอัธยาศัย ให้เป็นที่ประทับใจเกิดความพึงพอใจจากการได้รับบริการอย่างมีคุณภาพ



**หลักการให้บริการ** ตามแนวคิดของนักวิชาการมีหลักการดังนี้

มิลเลท, (Millet., 1954, p. 97) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของงานบริการคือการสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชนโดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคล ที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลา จะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่มีการปรับปรุงคุณภาพหรือผลการปฏิบัติงานกล่าว อีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สุภชัย คามวัลย์,(2544, หน้า12-15) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ว่ายึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐ ในเชิงรับจะเน้นให้บริการตามระเบียบแบบแผนและมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ ดังนี้

1. ข้าราชการมีทัศนคติว่า การให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการมากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดการบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรได้รับ

2. การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลพินิจของหน่วยงานหรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริม การติดต่อราชการจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่างๆเป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น

3. จากการที่ข้าราชการ มองว่า ตนมีอำนาจในการใช้ดุลพินิจและมีกฎระเบียบเป็นเครื่องมือที่จะปกป้องการใช้ดุลพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะเจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่ตนมีอำนาจที่จะบันดาลผลได้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกันและนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น ความไม่เต็มใจจะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจเมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้ง เป็นต้น



ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจร คือ การมุ่งประโยชน์ประชาชน ผู้รับบริการ ทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการและผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการ เป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุม ผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
2. การกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจ จะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก โดยพยายามให้ผู้รับบริการ ได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว
3. ข้าราชการจะต้องมองผู้รับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็นหรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่
4. ความรวดเร็วในการให้บริการสังคมปัจจุบัน เป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกับสังคมอื่นๆอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการ คือ ความล่าช้า ซึ่งในด้านหนึ่งเป็นความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็น ตามลักษณะของการบริการ ข้าราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดภาระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดขึ้นเพราะขาดการพัฒนางานหรือนำเทคโนโลยีเหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าและเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้นระบบราชการจำเป็นที่จะต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งอาจจะกระทำได้ 3 ลักษณะ คือ
  - 4.1 การพัฒนาข้าราชการให้มีทัศนคติ มีความรู้ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้นและกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจของตน
  - 4.2 การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด
  - 4.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆที่จะทำให้สามารถให้บริการได้เร็วขึ้น
5. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการซึ่ง หมายถึงการเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกิน 2 ครั้ง
6. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ทั้งนี้ เนื่องจากประชาชนบางส่วน ยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยากและเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้วก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่างๆมากขึ้นและเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่นๆอีก นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้

การบริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

7. การให้บริการด้วยความถูกต้อง สามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้น ไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ของนโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการเป็นสำคัญ

8. ความสุภาพอ่อนน้อม เป็นเป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชน ผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการซึ่งจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้อย่างยิ่งขึ้น

9. ความเสมอภาคในการให้บริการแบบครบวงจรจะต้องถือว่า ข้าราชการมีหน้าที่ที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

9.1 การให้บริการ จะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกันและได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตามหรือเรียกว่าความเสมอภาคในการให้บริการ

9.2 การให้บริการ จะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศเป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจหรือข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น

สรุปได้ว่าหลักการให้บริการผู้ให้บริการต้องมุ่งประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการส่วนใหญ่ มีหลักหรือแนวทางคล้ายคลึงกัน คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่องและการให้บริการอย่างก้าวหน้า

### ทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์ (Keynes's Theory of the Demand for Money)

ราฟิง เวชยันต์วุฒิ. (2542). ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์ว่า เคนส์ได้แบ่งความต้องการถือเงินออกเป็น 3 ประการ คือ ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยประจำวัน ความต้องการถือเงินเพื่อสำรองไว้เพื่อฉุกเฉินและความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไรโดยแต่ละประเภทอธิบายได้ ดังนี้

#### 1. ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยประจำวัน

ปกติบุคคลธรรมดาหรือหน่วยธุรกิจ จำเป็นต้องถือเงินไว้จำนวนหนึ่ง เพื่อใช้จ่ายประจำวันให้เพียงพอในระยะเวลาหนึ่งๆ ซึ่งเงินตราที่ถือไว้เพื่อการใช้จ่ายประจำวันนี้ ทำหน้าที่สำคัญ คือ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น โดยทั่วไปบุคคลมักจะได้รับรายได้เพียงเดือนละครั้งหรือสัปดาห์ละครั้ง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องถือเงินไว้จำนวนหนึ่ง เพื่อใช้จ่ายในคาบเวลาดังกล่าว ยิ่งระยะเวลาที่จะได้รับรายได้แต่ละครั้งห่างกันมากเท่าไร ปริมาณเงินโดยเฉลี่ยที่จะต้องถือไว้ใช้จ่ายก็จะต้องมากขึ้นเท่านั้น



นอกจากความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายประจำวันขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่จะได้รับรายได้แต่ละครั้งแล้ว ยังขึ้นอยู่กับรายได้อีกด้วย กล่าวคือ ความต้องการถือไว้เพื่อใช้จ่ายประจำวันจะเพิ่มตามการเพิ่มของรายได้ ดังสมการ

$$Mt = kY$$

โดย  $Mt$  = ปริมาณเงินที่ต้องการถือไว้เพื่อใช้จ่ายประจำวัน

$k$  = อัตราส่วนของรายได้ที่ต้องการถือไว้เพื่อใช้จ่าย

$Y$  = รายได้

นอกจากนี้ความต้องการถือเงินนี้ อาจจะขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยด้วย กล่าวคือ ปริมาณเงินที่ถือไว้ใช้จ่ายนี้ จะเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามกับอัตราดอกเบี้ย หมายความว่า เมื่ออัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นมาก ๆ ปริมาณเงินที่ถือไว้เพื่อใช้จ่ายประจำวันจะลดลง เพราะเงินที่ถือไว้ใช้จ่ายจะถูกเปลี่ยนเป็นหลักทรัพย์มากขึ้น อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติเหตุการณ์นี้ มักจะเกิดเฉพาะกับผู้ถือเงินไว้ใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเป็นจำนวนมาก เช่น บริษัทที่ถือเงินไว้ใช้จ่ายในจำนวนมากๆ

### 2. ความต้องการถือเงินเพื่อสำรองไว้เพื่อฉุกเฉิน

ความต้องการถือเงินประเภทนี้ เป็นผลมาจาก เหตุการณ์ที่มองไม่เห็นหรือเกิดขึ้นโดยบังเอิญ คือ เป็นการใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นนั่นเอง เช่น กรณีเกิดอุบัติเหตุ เจ็บป่วยกะทันหัน ถูกให้ออกจากงานหรือถูกเลิกจ้าง เป็นต้น เหตุการณ์เหล่านี้ยากที่จะคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ความต้องการถือเงินประเภทนี้ขึ้นอยู่กับรายได้ เพราะถ้ามีรายได้มากก็ย่อมสามารถจะกันเงินไว้ได้มาก นอกจากนี้ อัตราดอกเบี้ยที่สูง อาจมีอิทธิพลต่อความต้องการถือเงินเหมือนกัน เพราะความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายเงินจำนวนนี้ เขาแน่นอนไม่ได้ ดังนั้น ถ้าอัตราดอกเบี้ยสูงพอที่จะได้กำไรจากการลงทุน เงินจำนวนนี้อาจจะถูกนำไปซื้อหลักทรัพย์มาถือไว้ชั่วคราว จนกว่าเกิดความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายจะขายหลักทรัพย์ ปริมาณเงินที่ต้องการถือขึ้นอยู่กับระดับรายได้และอัตราดอกเบี้ย ณ.ระดับนั้น

### 3. ความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไร

ผู้ถือเงินไว้เพื่อแสวงหากำไร หมายถึง ผู้ที่ประกอบกิจการในด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งผลกำไรที่เขาจะได้รับขึ้นอยู่กับราคาของหลักทรัพย์หรือหุ้นนั่นเอง เคนส์ วิเคราะห์ว่า ความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไร โดยจำกัดความสนใจต่อตัวแปรเพียงตัวเดียวเท่านั้น คือ อัตราดอกเบี้ย ตลอดจนผลของการคาดคะเนอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งได้สมมติให้บุคคลมีทางเลือกการถือสินทรัพย์ 2 ทาง คือ เงินสดและการถือพันธบัตร อนึ่งการถือเงินสดนั้นไม่มีผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย แต่มีสภาพคล่องอย่างสมบูรณ์เต็มที่ ส่วนการถือพันธบัตรให้ผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย แต่ต้องมีภาระความเสี่ยง (Risk) ความไม่แน่นอนและขาดสภาพคล่อง เพราะการเปลี่ยนฐานะจากพันธบัตรเป็นเงินได้นั้น อาจต้องเสียเวลาและอาจจะประสบผลขาดทุนได้ เคนส์ได้ชี้ให้เห็นว่า การจะถือเงินสดหรือพันธบัตร ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนอัตราดอกเบี้ยในอนาคต กล่าวคือ ถ้าผู้ถือพันธบัตรคาดคะเนว่าอัตราดอกเบี้ยในอนาคตมีแนวโน้มจะสูงขึ้น เขาจะถือเงินสดไว้ แต่ถ้าผู้ถือพันธบัตรคาดคะเนว่าอัตราดอกเบี้ยในอนาคตจะต่ำลง เขาก็จะถือพันธบัตร ทั้งนี้เพราะการถือพันธบัตรเมื่ออัตราดอกเบี้ยสูง



ยอมให้ผลตอบแทนสูงและมีกำไรส่วนทุน แต่การซื้อพันธบัตรเมื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ ย่อมให้ผลตอบแทนต่ำและจะขาดทุนเมื่อขาย เพราะราคาพันธบัตรจะเปลี่ยนแปลงตรงข้ามกับอัตราดอกเบี้ย คือ ราคาพันธบัตรจะสูงขึ้นเมื่ออัตราดอกเบี้ยลดลงและราคาพันธบัตรจะลดลง เมื่ออัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น ดังนั้น ผู้ลงทุนสามารถจะมีกำไรส่วนทุนหรือขาดทุนจากความแตกต่างระหว่างราคาเมื่อซื้อและราคาเมื่อขายนั่นเอง

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสินเชื่อ

ไทยประกันชีวิตบริษัทจำกัด, (2552) ได้ให้ความหมายของสินเชื่อหรือเงินกู้ หมายถึง การที่ธนาคารให้ลูกค้ายืมเงินจำนวนหนึ่ง โดยมีกำหนดเวลาชำระหนี้ที่แน่นอนและมีทั้งชนิดที่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันและชนิดที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน สำหรับหลักทรัพย์ที่นิยมนำมาใช้ในการค้ำประกันเงินกู้ยืม ได้แก่ ที่ดิน อาคารสิ่งก่อสร้างและเงินฝากในบัญชี เป็นต้น ซึ่งอาจจะชำระหนี้ครั้งเดียวเต็มจำนวนหรือผ่อนชำระเป็นงวดๆ และธนาคารจะคิดดอกเบี้ยตามอัตราที่ตกลงกัน

อภิรักษ์ จันตะนี, (2553) กล่าวว่า สินเชื่อเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับหนี้สินและเครดิตที่แยกออกจากกันไม่ได้ ทั้งนี้สินเชื่อและเงินมีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากในทางปฏิบัติการให้สินเชื่อ มักใช้เงินเป็นเครื่องมือในการให้สินเชื่อและการชำระหนี้สิน

ไทยประกันชีวิตบริษัทจำกัด, (2552) กล่าวถึง บทบาทของสินเชื่อ สามารถจำแนกออกได้เป็นบทบาทของสินเชื่อในเศรษฐกิจ บทบาทของสินเชื่อต่อการบริโภค บทบาทของสินเชื่อต่อการลงทุนและบทบาทของสินเชื่อต่อการใช้จ่ายและระดับรายได้

วิทยาลัยการอาชีพเทิง, (2553) กล่าวถึง สิ่งแวดล้อมมหภาค ว่าเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Factors) ซึ่งต่างก็มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจต่างๆ รวมทั้งการพิจารณาอนุมัติการให้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป

ธนาคารแห่งประเทศไทย, (2553) กล่าวว่า ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาและการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ โดยเสริมสร้างความเจริญเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้มั่นคงยิ่งขึ้น ธนาคารพาณิชย์ถือเป็นแหล่งระดมเงินออมและให้กู้ยืมที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งต้องมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะชน ระบบเศรษฐกิจ ลูกค้ำ ตลอดจนผู้ถือหุ้นและพนักงานของธนาคาร

ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน), (2553) กล่าวถึง ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) มีการจัดให้บริการด้านสินเชื่อ โดยจำแนกออกได้เป็น กลุ่มลูกค้ำบุคคลและกลุ่มลูกค้ำธุรกิจ โดยธนาคารเป็นธนาคารพาณิชย์ ที่ก่อตั้งมานานและมีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะบริการด้านสินเชื่อที่ทางธนาคารจัดไว้ให้บริการ

#### แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, (2551: ออนไลน์) อธิบายถึงธนาคารว่า มีความชำนาญ, มีผู้เชี่ยวชาญและมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ พร้อมทั้งจะให้บริการกับลูกค้ำธุรกิจเพื่อตอบสนองความมุ่งหมายของทุกธุรกิจ บริการด้านสินเชื่อ มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยกับขนาดของกิจการของผู้กู้ (โดยใช้สินทรัพย์เป็นเกณฑ์วัด) การกำหนดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับระดับ



ความเสี่ยงของผู้กู้ (ตามอัตราส่วนทางการเงินที่แสดงระดับความเสี่ยงของผู้กู้) ความเสี่ยงทางเครดิต (ความสามารถในการชำระหนี้) เป็นตัวแปรที่อธิบายหรือกำหนดอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์ จะมี การพยากรณ์ความสามารถในการชำระเงินของผู้กู้ กล่าวคือ ธนาคารพาณิชย์คิดอัตราดอกเบี้ยในอัตรา ที่ต่างกัน (ในทิศทางที่มากขึ้น) กับบริษัทผู้กู้ ซึ่งมีความเสี่ยงสูง ขนาดของธนาคารมีผลต่อ ความสามารถในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและเรียกหลักประกัน (Securing collateral) กล่าวคือ ยิ่ง เป็นธนาคารขนาดใหญ่ จะทำให้สามารถคิดส่วนต่างดอกเบี้ยได้สูงกว่าและเรียกเก็บหลักประกันได้ มากกว่าธนาคารขนาดเล็ก ธนาคารขนาดใหญ่จึงได้เปรียบธนาคารขนาดเล็กโดยมี Monopolistic power ที่สูงกว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Liability / Asset Ratio) ของผู้กู้ มีผลต่อการกำหนด ปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ กล่าวคือ ธนาคารพาณิชย์ปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้า ที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์สูงในปริมาณหรือจำนวนที่น้อยกว่าที่ปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้า ที่มี อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ต่ำหรืออีกนัยหนึ่ง ธนาคารพาณิชย์ควบคุมปริมาณหรือจำนวนสินเชื่อ ไปตามระดับหนี้ของผู้กู้ โดยวัดจากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ บริษัทใดมีอัตราส่วนนี้มาก จะได้รับ สินเชื่อในสัดส่วนที่น้อยกว่าอายุของบริษัทผู้กู้มีผล (ความสัมพันธ์เชิงผกผัน) ต่อมูลค่าหลักประกันที่ผู้กู้ ต้องวางไว้กับธนาคารพาณิชย์ กล่าวคือ ธนาคารพาณิชย์เรียกหลักประกันน้อยกว่าจากบริษัทผู้กู้ ที่อายุยาวนานกว่าขนาดของบริษัทผู้กู้ มีผลต่อการเรียกหลักประกันของธนาคารพาณิชย์ กล่าวคือ ธนาคารเรียกหลักประกันจากบริษัทผู้กู้ที่มีขนาดเล็กมากกว่าเรียกหลักประกันจากบริษัทผู้กู้ขนาดใหญ่ แนวคิดการวิเคราะห์สินเชื่อ 7C's และ 5P's

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ไม่เกี่ยวกับตัวเลขทางการเงินแต่จะใช้ ข้อมูลอื่น ในการประเมินความเสี่ยงของการให้สินเชื่อซึ่งมีหลักการวิเคราะห์ ดังนี้

- 1) หลัก 5 P's ได้แก่ Purpose People Payment Protection Prospect
- 2) หลัก 7 C's ได้แก่ Character Capacity Capital Collateral ConditionCountry

Control

พิจารณาเมื่อลูกค้าขอเครดิตมี 5 ประการหรือที่เรียกง่าย ๆ ว่า 5 P's คือ

1. วัตถุประสงค์ (Purpose)
2. บุคคลหรือผู้กู้ (People)
3. การชำระเงิน (Payment)
4. การป้องกันความเสี่ยง (Protection)
5. ศักยภาพ (Prospect)

หลัก 7 C's ในการประเมินความเสี่ยงของการให้สินเชื่อ

1) Character พิจารณาลักษณะคุณสมบัติของลูกค้านี้ ตลอดจนความตั้งใจจริงและความ น่าเชื่อถือที่จะชำระเงินหนี้ โดยอาจดูได้จากฐานะหน้าที่การงาน การศึกษา ประสบการณ์ คุณภาพ ของผู้บริหาร ฐานะทางสังคม ประวัติการชำระหนี้เดิม เป็นต้น

2) **Capacity** ความสามารถในการชำระหนี้ พิจารณาจาก ศักยภาพในการทำกำไรหรือความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและพิจารณากระแสเงินสดของกิจการ ว่ามีความสามารถในการชำระหนี้หรือไม่ ตลอดจนอาจพิจารณาแหล่งเงินทุนสำรองของกิจการ หากกระแสเงินสดของกิจการเกิดปัญหา แต่หากเป็นการกู้เพื่อการบริโภค เช่น การซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย การซื้อรถยนต์ ต้องพิจารณาจากขนาดและความมั่นคงของรายได้ของผู้กู้ โดยอาจดูจากลักษณะ การประกอบอาชีพ ยกตัวอย่าง เช่น หากภาระการชำระหนี้ในแต่ละเดือนมีขนาดไม่เกินหนึ่งในสามของรายได้ โอกาสที่ผู้ให้กู้จะได้รับการชำระคืนนั้นก็สูง เป็นต้น

3) **Capital** คือ ทุนที่นำมาใช้ในกิจการที่เป็นส่วนของตัวเองไม่ใช่เงินที่มาจากการกู้โดยพิจารณาว่าเงินส่วนที่ขอกู้เป็นสัดส่วนเท่าใดต่อเงินส่วนที่ลูกหนี้เป็นเจ้าของ(Debt / Equity Ratio) ทั้งนี้ หากสัดส่วนดังกล่าว มีค่าต่ำ การให้กู้ย่อมมีความเสี่ยงต่ำกว่า เนื่องจากเป็นการสื่อถึงการร่วมรับความเสี่ยงจากการประกอบการของลูกหนี้ และเพิ่มความเชื่อมั่นในการให้กู้ของธนาคาร

4) **Collateral** คือ หลักประกัน ซึ่งเป็นแหล่งในการชำระคืนหนี้แหล่งที่สอง หากลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด ซึ่งโดยปกติมูลค่าของหลักทรัพย์ค้ำประกันจะมีมูลค่าไม่น้อยกว่าจำนวนเงินที่กู้จริง นอกจากนี้ ประเด็นที่อาจคำนึงถึงเกี่ยวกับหลักประกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าหลักประกัน ความคล่องตัวในการขายทอดตลาดเมื่อลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ เป็นต้น

5) **Conditions** มุ่งพิจารณาที่วัตถุประสงค์ของการนำเงินกู้ไปใช้ เช่น ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน เพิ่มเติมเครื่องจักรเครื่องมือต่างๆ หรือ เพื่อสต็อกสินค้าคงคลังในกิจการ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้น ๆ และปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจการ เช่น สภาวะเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ วัฏจักรทางเศรษฐกิจ สภาวะตลาด การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและมีความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์การตลาด และสภาพทางเศรษฐกิจ เช่น ความผันผวนของอัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

6) **Country** คือ การประเมินถึงตัวประเทศผู้ขอกู้ ใช้พิจารณาในกรณีที่เป็นการกู้เงินต่างประเทศ โดยเฉพาะปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศมีมากขึ้น การประเมินคุณค่าทางเครดิตจะต้องวิเคราะห์สภาวะการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การค้าที่มีอยู่ในประเทศนั้น เนื่องจากแนวความคิดในเรื่องความรับผิดชอบเกี่ยวกับหนี้สินแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน ยิ่งกว่านั้นเอกสารทางการพาณิชย์และการปฏิบัติทางการค้าก็แตกต่างกัน

7) **Control** คือ การควบคุมเกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพของระบบข้อมูลที่ใช้ โดยผู้กู้ที่จะบริหารธุรกิจไม่ใช่ผู้กู้ทั้งหมดทุกคนจะมีระบบการเงินและการดำเนินงานภายในที่ดีสิ่งเหล่านี้สามารถนำไปสู่ปัญหาที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดความต้องการทางการเงิน ผู้ให้สินเชื่อและผู้ลงทุนต้องแน่ใจว่า ระบบบัญชีของบริษัทมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถปฏิบัติตามระเบียบและตามความต้องการทางกฎหมาย คือ ระบบข้อมูลในการบริหาร มีพอเพียงในการบริหารควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ



## 5. ข้อมูลของธนาคารกรุงเทพ (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพได้รับการก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2487 และเจริญเติบโตจนเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในธนาคารระดับภูมิภาคที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยมูลค่าของสินทรัพย์รวมประมาณ 1.8 ล้านล้านบาท โดยเป็นผู้นำในการสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจขนาดใหญ่และเอสเอ็มอี อีกทั้งยังมีฐานลูกค้ากว้างขวางที่สุดในตลาดลูกค้าบุคคล เนื่องด้วยธนาคารกรุงเทพให้บริการแก่ลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจเป็นจำนวนรวมกว่า 17 ล้านบัญชี ผ่านสำนักธุรกิจและสำนักธุรกิจย่อยกว่า 230 แห่ง และสาขาทั่วประเทศเกือบ 1,000 แห่ง และยังมีเครือข่ายธนาคารอัตโนมัติที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วย เครื่องเอทีเอ็มและเครื่องรับฝากเงินสด รวมประมาณ 7,600 เครื่อง บริการธนาคารทางโทรศัพท์และธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้งานง่ายและลูกค้าสามารถเลือกทำธุรกรรมในภาษาไทยหรืออังกฤษ ซึ่งเอื้ออำนวยให้ลูกค้าสามารถจัดการเรื่องการเงินได้อย่างรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้ ธนาคารกรุงเทพ ยังเป็นธนาคารไทยเพียงแห่งเดียวที่มีเครือข่ายต่างประเทศกว้างขวางที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ซึ่งธนาคารมีสาขาอยู่ที่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เซี่ยเหมิน และเสิ่นเจิ้น เครือข่ายสาขาในต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ ครอบคลุม 13 เขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก ได้แก่ จีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ลาว และพม่า ซึ่งประกอบด้วยสาขาต่างประเทศ 24 แห่ง สำนักงานตัวแทน 1 แห่ง และธนาคารในเครือที่ธนาคารกรุงเทพถือหุ้นทั้งหมด 2 แห่ง คือ Bangkok Bank Berhad (BBB) ในประเทศมาเลเซีย และ Bangkok Bank (China) Company Limited (BBC) ในประเทศจีน ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการอย่างครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย การจัดการสินเชื่อร่วม การรับประกันการจัดจำหน่ายตราสารทุน สินเชื่อเพื่อการค้าระหว่างประเทศ สินเชื่อโครงการ บริการรับฝากหลักทรัพย์ สินเชื่อเพื่อเอสเอ็มอี บริการการเงินธุรกิจ และบริการให้คำแนะนำทางธุรกิจ

การที่ธนาคารกรุงเทพยังคงเป็นผู้นำในภาคการธนาคารไทยมาโดยตลอดนั้น เป็นผลมาจากปรัชญาของธนาคาร ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสายสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเกื้อหนุนซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การประสานศักยภาพภายในองค์กรระหว่างหน่วยธุรกิจต่างๆ ทั้งด้านลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ ด้านการเงินธุรกิจ กิจการธนาคารต่างประเทศ ด้านลูกค้าธุรกิจรายกลางและรายปลีก และด้านลูกค้าบุคคล เอื้ออำนวยให้ธนาคารสามารถสร้างสรรค์บริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะเจาะจงของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยมีทั้งความหลากหลายและมิติในเชิงลึก นอกจากนี้ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด และบริษัทหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือธนาคาร ยังมีบทบาทสำคัญที่สนับสนุนธนาคารในการสร้างสรรค์โอกาสเพื่อการลงทุนใหม่ๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าของธนาคารกรุงเทพโดยเฉพาะ

## มุ่งมั่นสู่อนาคต

ปัจจัยสำคัญที่สร้างความสามารถทางการแข่งขันของธนาคารกรุงเทพ ประกอบด้วยฐานลูกค้าซึ่งกว้างขวางที่สุดในประเทศ สายสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า และเครือข่ายสาขาต่างประเทศที่กว้างขวางที่สุดในบรรดาธนาคารไทย



ในช่วงหนึ่งปี 2556 ข้างหน้านี้ ธนาคารกรุงเทพ จะยังคงพัฒนาปัจจัยความเข้มแข็งเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเสริมสร้างประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานธุรกิจและคุณภาพของการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ ธนาคารยังเตรียมขยายฐานธุรกิจสู่ระดับภูมิภาคและให้บริการระดับสากล เพื่อสนับสนุนบริษัทไทยให้สามารถขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้ เช่นเดียวกับการสนับสนุนลูกค้าชาวต่างชาติ ให้สามารถมาลงทุนในประเทศไทย ส่วนในประเทศไทย ธนาคารจะพัฒนาขยายผลการประสานศักยภาพระหว่างหน่วยธุรกิจต่างๆ ของธนาคาร รวมไปถึงบริษัทในเครือ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการให้บริการที่มอบแก่ลูกค้าและเสริมสร้างความมั่นคงของฐานรายได้ จากค่าธรรมเนียม ในขณะที่เดียวกัน ธนาคารกรุงเทพได้กำหนดแนวทางสำหรับการบริหารความเสี่ยงในแต่ละสายธุรกิจ เพื่อให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ การนำหลักเกณฑ์ของ Basel II และ IAS/IFRS มาปฏิบัติยังเป็นปัจจัยสนับสนุนกระบวนการบริหารความเสี่ยงของธนาคารให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเสริมประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร

ธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร มีบริการด้านสินเชื่อ จำแนกออก ดังนี้

1. สินเชื่อเพื่อเอสเอ็มอี เป็นบริการสินเชื่อให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
2. สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เป็นการให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยมีวัตถุประสงค์

สำหรับผู้ที่ต้องการจะซื้อที่ดินเปล่า บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียมหรืออาคารพาณิชย์เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย หรือผู้ที่ต้องการปลูกสร้างบ้านบนที่ดินของตนเองหรือคู่สมรสหรือผู้ต้องการเปลี่ยนสถาบันการเงิน (Refinance) อันเนื่องมาจากเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยสามารถใช้บริการของธนาคารได้

3. สินเชื่ออื่นๆ ได้แก่

3.1 สินเชื่ออเนกประสงค์ เป็นสินเชื่อที่หน่วยงานหรือองค์กร ได้ทำบันทึกข้อตกลงกับธนาคารให้เป็นสินเชื่อสวัสดิการของพนักงาน มีแบบที่หน่วยงานดำรงเงินฝากกับธนาคาร

3.2 สินเชื่อกู้เบิกเงินเกินบัญชี (Overdrafts) เป็นการใช้จ่ายเงินผ่านบัญชีกระแสรายวันโดยใช้เช็คสั่งจ่ายปกติ จะให้วงเงินกู้ใกล้เคียงกับเงินทุนหมุนเวียนกิจการของลูกค้า ปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทย ได้จำกัดให้ธนาคารพาณิชย์ให้วงเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชีสูงสุดไม่เกินรายละเอียด 30 ล้านบาท อายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี โดยมีการทบทวนวงเงินเพื่อต่ออายุสัญญา การใช้จ่ายเงินให้ลูกค้าทุกปี อัตราดอกเบี้ยสามารถปรับขึ้นลงได้ตามสภาวะการณ์ โดยส่วนใหญ่จะอิงอัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี (MOR) หรือ อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อย (MRR) บวกส่วนต่างไม่เกิน 3.5 % ต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประวัติของลูกค้า รวมถึงฐานะทางการเงินและการใช้จ่ายเงินเป็นต้นจัดเป็นวงเงินที่ให้ความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างยิ่ง เพราะมีความยืดหยุ่นสูง ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเฉพาะยอดคงค้างที่ลูกค้าใช้จริงเท่านั้น และเวลาจะเบิกเงินหรือฝากเงินจะเป็นจำนวนเท่าใดก็ได้ ถ้ายังไม่ถอนไปใช้ก็ยังไม่เสียดอกเบี้ย สินเชื่อประเภทนี้เป็นสินเชื่อที่ธนาคารต้องสำรองเงินไว้ให้ลูกค้าเบิกในวงเงินที่ธนาคารอนุมัติ ไว้ให้ลูกค้าเสมอ ซึ่งหากไม่ใช้วงเงินธนาคารก็จะไม่ได้รายได้ แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายรวมทั้งดอกเบี้ยเงินฝาก ในส่วนที่ได้กันไว้ นับว่าเป็นสินเชื่อที่ทำให้การบริหารเงินของธนาคารยุ่งยากที่สุด





3.3 สินเชื่อเงินกู้ประจำ (Fixed loans) หมายถึง สินเชื่อที่ให้กู้ยืมที่มีกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน ทำให้ธนาคารสามารถบริหารเงินได้ดีกว่าเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี เหมาะสมกับลูกค้าที่ประกอบธุรกิจค้าทั่วไป ระยะเวลาการกู้ยืม ระยะปานกลางไม่เกิน 5 ปีและระยะยาวประมาณ 10 ปีโดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ของลูกค้าในแต่ละราย

3.4 เงินกู้โดยตัวสัญญาใช้เงิน (Term bills) เป็นเงินกู้โดยตัวสัญญาใช้เงิน ที่ผู้กู้สัญญาว่าจะชำระเงินให้กับผู้ให้กู้ตามวันที่ระบุไว้ในตัวสัญญาใช้เงิน ซึ่งตัวสัญญาใช้เงินนี้ สามารถต่ออายุสัญญาได้โดยการออกตัวสัญญาใหม่มาทดแทนตัวสัญญาฉบับเดิม อายุสัญญาในตัวสัญญาใช้เงินส่วนใหญ่ไม่เกิน 90 วัน

3.5 หนังสือค้ำประกัน (Letter of guarantee) เป็นหนังสือแสดงว่า ธนาคารเข้าไปค้ำประกันลูกค้ากับคู่สัญญา ว่าหากลูกค้าปฏิบัติผิดสัญญาหรือผิดข้อตกลงแล้ว ธนาคารในฐานะผู้ค้ำประกันจะชดใช้ความเสียหายที่เกิดขึ้นในจำนวนเงินไม่เกินกว่าที่ระบุไว้ในหนังสือค้ำประกัน

#### การพิจารณาสินเชื่อของกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

การพิจารณาสินเชื่อ (การวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้หลัก 5 C's, 2555: ออนไลน์) โดยการวิเคราะห์สินเชื่อเชิงคุณภาพ ใช้หลัก 5 C's ประกอบด้วย

1. พิจารณาลักษณะคุณสมบัติของลูกค้า (Character) ตลอดจนความตั้งใจจริงและความน่าเชื่อถือที่จะชำระคืนหนี้ ทั้งนี้อาจดูได้จากฐานะการเงิน หน้าที่การงาน การศึกษา ประสบการณ์คุณภาพของผู้บริหาร ฐานะทางสังคม และประวัติการชำระหนี้เดิม เป็นต้น

2. ความสามารถในการชำระหนี้ (Capacity) พิจารณาจาก ศักยภาพในการทำกำไรหรือความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและพิจารณากระแสเงินสดของกิจการ ว่ามีความสามารถในการชำระหนี้หรือไม่ ตลอดจนพิจารณาถึงแหล่งเงินทุนสำรองของกิจการหากกระแสเงินสดของกิจการเกิดปัญหา แต่หากเป็นการกู้เพื่อการบริโภค เช่น การซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย การซื้อรถยนต์ก็ต้องพิจารณาจากขนาดและความมั่นคงของกระแสรายได้ของผู้กู้ โดยอาจดูจากลักษณะการประกอบอาชีพ ยกตัวอย่าง เช่น หากภาระการชำระหนี้ในแต่ละเดือนมีขนาดไม่เกินหนึ่งในสามของรายได้โอกาสที่ผู้ให้กู้จะได้รับ การชำระคืนหนี้ก็มีสูง เป็นต้น

3. ทุนที่นำมาใช้ในกิจการ (Capital) ที่เป็นส่วนของตัวลูกหนี้เอง ไม่ใช่เงินที่มาจาก การกู้ยืม โดยพิจารณาว่า เงินส่วนที่ขอกู้เป็นสัดส่วนเท่าใดต่อเงินส่วนที่ลูกหนี้เป็นเจ้าของ (Debt / Equity Ratio) ทั้งนี้หากสัดส่วนดังกล่าวมีค่าต่ำ การให้กู้ย่อมมีความเสี่ยงต่ำกว่า เนื่องจากเป็นการถือถึงการร่วมรับความเสี่ยง จากการประกอบการของลูกค้าและเพิ่มความเชื่อมั่นในการให้กู้ของธนาคาร

4. หลักประกัน (Collateral) ซึ่งเป็นแหล่งในการชำระคืนหนี้แหล่งที่สอง หากลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ ซึ่งโดยปกติมูลค่าของหลักทรัพย์ค้ำประกันจะมีมูลค่าไม่น้อยกว่าจำนวนเงินที่กู้จริง นอกจากนี้ประเด็นที่อาจคำนึงถึงเกี่ยวกับหลักประกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าหลักประกัน ความคล่องตัวในการขายทอดตลาด เป็นต้น

5. พิจารณาวัตถุประสงค์ของการนำเงินกู้ไปใช้ (Conditions) เช่น ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน เพิ่มเติมเครื่องจักรเครื่องมือหรือเพื่อสินค้าคงคลัง เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้นๆ และปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อกิจการ เช่น ภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งใน



ประเทศและต่างประเทศ วัฏจักรทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง และมีความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์การตลาดและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เช่น ความผันผวนของอัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภูษิต รมบุญ, (2553) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดกระบี่” เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดกระบี่ โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จากลูกค้าจำนวน 197 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 - 30,000 บาท วงเงินสินเชื่อที่มีอยู่ใช้กับธนาคารอยู่ในปัจจุบันไม่เกิน 1,000,000 บาท ประเภทสินเชื่อที่ใช้ คือ เงินกู้เพื่อธุรกิจ เมื่อพิจารณาในระดับ การตัดสินใจรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจ มากเป็นอันดับแรก ผลการเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดกระบี่ จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านราคาลูกค้าเพศชายและเพศหญิง มีการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในจังหวัดกระบี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ศุภิสรา บุญรัตน์, (2553) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่และสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคุณลักษณะเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการปฏิบัติงาน อยู่ในธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตปทุมธานีและมีประสบการณ์การทำงานในด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ระหว่าง 3-4 ปี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในด้านต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับการให้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด โดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านชื่อเสียงและประวัติที่ผ่านมา สำหรับคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านดุลยพินิจของผู้บริหารหรือผู้อนุมัติ สำหรับคุณลักษณะของผู้ให้บริการ วงเงินกู้ สำหรับองค์ประกอบบริการสินเชื่อ ปัจจัยด้านสินเชื่อสำหรับโครงการจัดสรรที่ธนาคารให้การสนับสนุนและปัจจัยด้านสินเชื่อ สำหรับลูกค้าของสมาชิกสามัญในสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน สำหรับประเภทบริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านอุตสาหกรรมและการแข่งขัน สำหรับปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุด กับปัจจัยด้านการบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกรรมด้านสินเชื่อของธนาคาร สำหรับการให้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณลักษณะส่วนตัวของบุคลากรในแผนกสินเชื่อในด้าน เพศ อายุสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงานและประสบการณ์การทำงานในด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการให้บริการ



สินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่และสาขาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านสำนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่และสาขาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ณ.ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในส่วนคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ คุณลักษณะของผู้ให้บริการ องค์ประกอบของบริการสินเชื่อ ประเภทบริการสินเชื่อของธนาคารและปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่และสาขาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ณ.ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอื่นๆมากที่สุดและปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอื่นๆน้อยที่สุด

จตุรงค์ บุณาค (2549) ได้ศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์ของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและแบบจำลองโลจิท ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด(Maximum Likelihood Estimates: MLE) โดยแสดงค่า Marginal effects ใช้ตัวอย่าง จากลูกค้าที่กู้สินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์และผู้ที่ยังไม่ได้กู้สินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ตัวอย่าง พบว่า ผู้กู้สินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.7 โดยมีอายุระหว่าง 31-40 ร้อยละ 39.7 มีสถานภาพการสมรสแล้ว ร้อยละ 82.0 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 66.0 ระดับชั้นการรับราชการส่วนใหญ่ซี 6-7 หรือชั้นสัญญาบัตรเทียบเท่า พ.ต.- พ.อ. ร้อยละ 76.3 มีจำนวนบิดามารดาและญาติพี่น้องที่ต้องมีภาระเลี้ยงดูน้อยกว่า 2 คน ร้อยละ 78.3 ส่วนใหญ่มีรถยนต์ใช้ ร้อยละ 89.7 และคู่สมรสส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 36.7 มีรายได้เหลือสำหรับการออมทรัพย์โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ไม่มีภาระหนี้ในระบบ ร้อยละ 97.0 แต่มีภาระหนี้ที่กู้ผ่านสถาบันการเงิน ร้อยละ 53.3 และพบว่า ปัจจัยด้านความคิดเห็นว่าสินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์มีความจำเป็น การรับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงเทพ มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.01 ปัจจัยด้านการมีภาระหนี้ในระบบมีผลต่อการใช้บริการโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05 ปัจจัยด้านระดับชั้นการรับราชการการมีภาระหนี้สินอื่นๆกับธนาคารและการทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์ของเงินกู้มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.10 มีเพียงปัจจัยการมีภาระหนี้ในระบบเท่านั้น ที่ทำให้โอกาสที่จะบริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิญญ์ลดลงการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ เช่น ควรมีการศึกษาคครอบคลุมถึงความพึงพอใจของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจที่ไม่ได้รับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงเทพด้วย

ประสงค์ ทองอินทร์ (2547) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขาพร้าว จังหวัดเชียงใหม่” วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อสวัสดิการและปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการด้านสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขาพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (non-purposive sampling) จากกลุ่มบุคคลที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและลูกจ้างประจำหน่วยงานของรัฐ ที่มีสถาบันที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอ



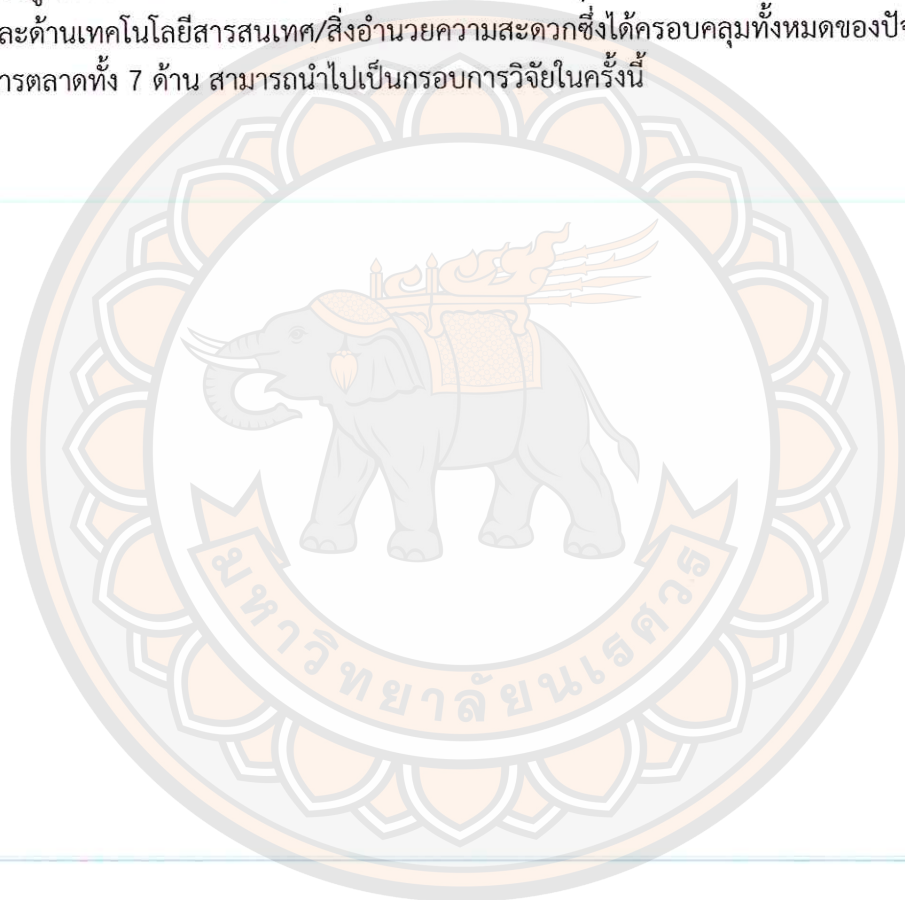
พร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส อาชีพรับราชการ มีอายุการทำงานระหว่าง 11-15 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินกู้อื่นๆมาก่อนอยู่แล้ว โดยผู้ให้บริการได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การแนะนำจากเพื่อนร่วมงานและญาติพี่น้องมากที่สุด วงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 50,000-100,000 บาท ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคารออมสิน สาขาพร้าวนั้น ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำสำคัญที่สุด รองลงมาคือ ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของธนาคารออมสิน สำหรับปัญหาจากการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการนั้น ส่วนใหญ่จะมีปัญหา ในเรื่องของวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่นๆ คือ ปัญหาการให้วงเงินสินเชื่อที่ต่ำและด้านความไม่น่าเชื่อถือของสถาบันการเงิน

จิริฐิติกาล พรหมสิทธิ์ (2548) ศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง” โดยศึกษา มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารและ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารที่เข้ามาใช้บริการตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าจำนวน 4 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ลูกค้ายกตัวอย่างรวมทั้งจำนวน 300 ราย ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การทดสอบไคสแควร์และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาโดยใช้การทดสอบไคสแควร์พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ,สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ ,รายได้ ประเภทการสมัครสินเชื่อ ประเภทสินค้า ราคาสินค้า อัตราดอกเบี้ย จำนวนงวดและสาเหตุในการเลือกใช้บริการ พบว่า รายได้ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับอุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิเคราะห์โดยวิธีการถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่มีผลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง คือ รายได้และราคาสินค้า ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ โปรโมชั่นพิเศษจากผู้ผลิต ปัจจัยด้านสถานที่บุคลากรและกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการสินเชื่อ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นในสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ผลการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระที่สูงเป็นปัญหาอันดับหนึ่ง รองลงมาคือปัญหาความยุ่งยากทางด้านเอกสารประกอบการพิจารณา ปัญหาหลักเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อมีความเข้มงวดและปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อตามลำดับ



สรุปแนวคิดและหลักการที่นำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการให้สินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ ตลอดจนการขอใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าและได้ศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัย ได้นำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งตัวแปรอิสระมี 2 ตัวแปร คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ส่วนตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้นำมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของส่วนประสมการตลาด มาประยุกต์ใช้ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/สินเชื่อ ด้านบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ด้านอาคารสถานที่ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งได้ครอบคลุมทั้งหมดของปัจจัย ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน สามารถนำไปเป็นกรอบการวิจัยในครั้งนี้



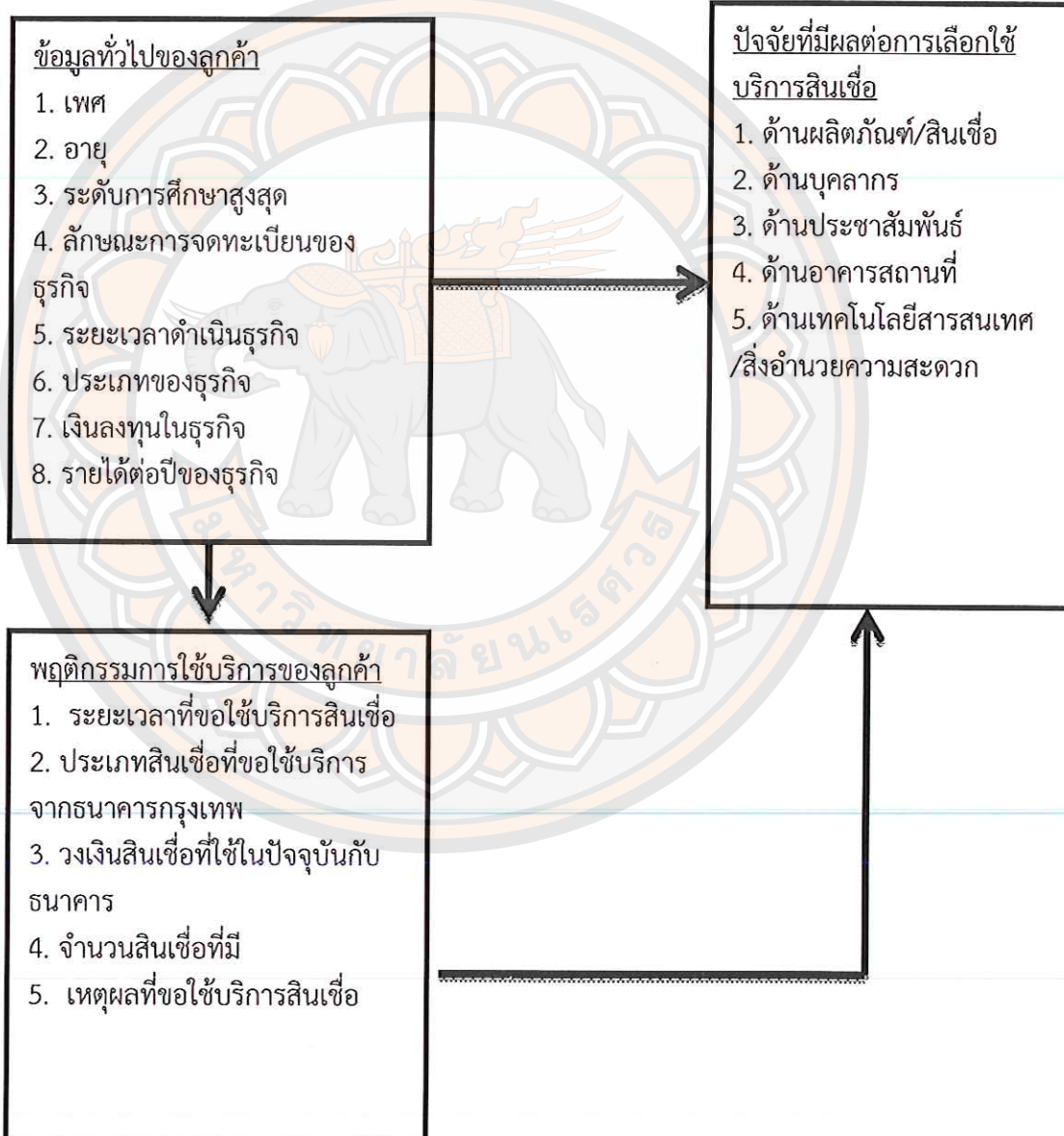
### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม





## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงาน

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ายุติบุคคล ที่จดทะเบียนในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 528 ราย (พาณิชย์จังหวัด, 2555) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูงสุด จำนวน 100 ราย อันดับแรก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้รวมกันคิดเป็น 50% ของรายได้จากกลุ่มประชากรทั้งหมด

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะเฉพาะและข้อคำถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ตามตัวแปรที่ศึกษาและรายละเอียดอื่นๆ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ เงินลงทุนในธุรกิจ รายได้ต่อปีของธุรกิจ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ประกอบด้วย ระยะเวลาที่ขอใช้บริการสินเชื่อ, ประเภทสินเชื่อที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ, วงเงินสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบันกับธนาคาร, จำนวนสินเชื่อที่มี และเหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร มีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า ตามแนวทางของลิเคิร์ท 5 ระดับ (Likert Scale Questions)

### 3. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยหรือแบบสอบถามใช้สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สถานที่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อประกอบการวิจัยจากตำราทางวิชาการ หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารวิชาการต่าง ๆ

ในการสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลหรือแบบสอบถามผู้วิจัยได้มีการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาตำราทางวิชาการ หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อ โดยมีสถานที่ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1.1 ห้องสมุดมหาวิทยาลัยนเรศวร

1.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต

1.3 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

1.4 วารสาร และ intranet ของธนาคารกรุงเทพ

2. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธนาคารกรุงเทพโดยเข้าเว็บไซต์ภายในของธนาคารกรุงเทพ และข้อมูลจากวารสาร เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อใช้ในการกำหนดสถานที่ที่จะทำการเก็บข้อมูล

3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามโดยพิจารณาจากกรอบแนวความคิดในการวิจัย ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แล้วนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้อ่านแล้วเกิดความเข้าใจง่าย ชัดเจน ตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

5. นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความชัดเจนในการสื่อสาร และความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้วิจัย หรือแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์แบบและมีมาตรฐาน ซึ่งจากการทดสอบพบว่าประเด็นของคำถามในแต่ละประเด็นมีระดับความเชื่อมั่นดังนี้



ตาราง 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbarch)

ประเด็นในการทดสอบ	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านสินเชื่อ	.7651
ด้านบุคลากร	.7500
ด้านการประชาสัมพันธ์	.6472
ด้านอาคารสถานที่	.7523
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก	.6991

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจ กำแพงเพชร ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม (Field Study) โดยขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการสินเชื่อที่สำนักงานธุรกิจกำแพงเพชร ด้วยการอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายในการทำวิจัยและอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถาม จากนั้นรื้อเก็บแบบสอบถามทันที โดยผู้วิจัยทำงานโดยดูแลอย่างใกล้ชิด และทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเวลาเดียว (Closed-section approach) ตั้งแต่เดือน มกราคม - มีนาคม 2556

#### 5. การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจ ทำการจัดการทำและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

##### 5.1 การจัดการทำข้อมูล

5.1.1 การตรวจพิจารณา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามซึ่งได้มีการตรวจสอบกลุ่มตัวอย่างคืนมาโดยมีการตรวจพิจารณาว่าแบบสอบถามที่ตอบกลับมาครบจำนวนหรือไม่มีความสมบูรณ์ของแบบสอบถามมากนักน้อยเพียงใด

5.1.2 การตรวจสอบ เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบกลับคืนมาว่าคำตอบมีความชัดเจนมากน้อยเพียงใดรวมถึงการตอบคำถามที่สมบูรณ์ตามความต้องการ การลงรหัสโดยการกำหนดจำนวนหรือตัวเลข

5.1.3 จำนวนหรือตัวเลขเพื่อให้คำตอบเหล่านั้นอยู่ในเชิงปริมาณพร้อมที่จะนำไปคำนวณต่อไป

5.1.3.1 กรณีที่แบบสอบถามมีคำถามปลายปิด ทำการลงรหัสข้อมูลทุกข้อตามคู่มือการลงรหัส

5.1.4 การประมวลผลข้อมูล โดยการบันทึกรหัสข้อมูลในแต่ละข้อของแบบสอบถาม ด้วย คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติวิจัยสังคมศาสตร์ (Statistical Program for Social Science : SPSS for windows )

## 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมี ขั้นตอนดังนี้

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยมี ลักษณะคำถามปลายปิด มาแจกแจงความถี่และเสนอผลงานวิจัยเป็นคำร้อย

5.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร มาแจกแจงความถี่ และเสนอ ผลการวิจัยเป็นคำร้อยละ

5.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

5 คะแนน สำหรับคำตอบ มีความสำคัญมากที่สุด

4 คะแนน สำหรับคำตอบ มีความสำคัญมาก

3 คะแนน สำหรับคำตอบ มีความสำคัญปานกลาง

2 คะแนน สำหรับคำตอบ มีความสำคัญน้อย

1 คะแนน สำหรับคำตอบ มีความสำคัญน้อยที่สุด

ดังนั้นความหมายของคะแนนเฉลี่ยของคำถามแต่ละข้อ กำหนดได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.49	หมายถึง มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึง มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

โดยการแปลความหมาย คะแนนเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ของคำถามแต่ละข้อ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544, หน้า

37) คำนวณได้จาก

$$\text{ความหมายของคะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อ } \bar{x} = \frac{fi(xi)}{N}$$

กำหนดให้  $fi$  แทน ความถี่ของข้อมูลในแต่ละข้อ

$xi$  แทน คะแนนของแต่ละข้อ

$N$  แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด



จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยในแต่ละข้อที่ได้มารวมกัน แล้วหารเฉลี่ยจำนวนข้อ จะได้คะแนนเฉลี่ยรวมของคะแนนด้านนี้ทั้งหมด แล้วนำคะแนนที่ได้มาแปลความหมาย สรุปตามเกณฑ์เฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีประสิทธิภาพของการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

## 6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PCC for windows โดยใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน เป็นสถิติที่ใช้บรรยายหรืออธิบายลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลที่ศึกษาได้แก่

ร้อยละ ใช้สูตรดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2544, หน้า 293)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่ในการเปรียบเทียบ} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}}$$

คะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548, หน้า 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n}$$

กำหนดให้	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum xi$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตรดังนี้ (ชัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ, 2544, หน้า 93)

$$S.D = \frac{\sqrt{n(\sum xi^2) - (\sum xi)^2}}{n(n-1)}$$

กำหนดให้ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่ม  
ตัวอย่าง

$xi$  แทน คะแนนข้อมูลดิบแต่ละตัว

$(\sum xi)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum xi^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$n$  แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

2. สถิติเชิงอ้างอิง เป็นสถิติที่ใช้ในการประมาณค่าประชากรและทดสอบสมมติฐาน โดยการศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสรุปอ้างอิงไปยังประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนด สถิติในการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยใช้สูตร F – test (Oneway ANOVA) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540 หน้า 280-287) ดังนี้

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ  $F =$  อัตราส่วนของความแปรปรวน

$MS_b =$  ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS_w =$  ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม



3. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient  $\alpha$ ) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, หน้า 125-126)

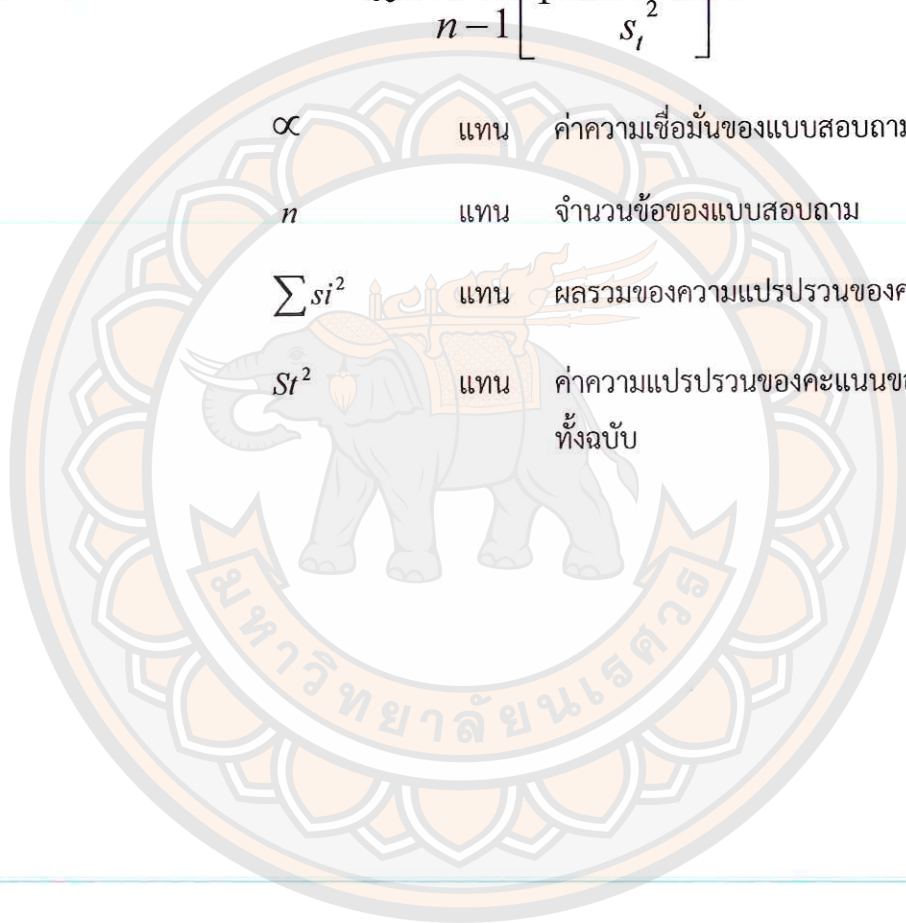
$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

$\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

$n$  แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$  แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

$s_t^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไป

ตาราง 3 แสดงประเภทของกลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการแล้ว	21	21.0
กลุ่มลูกค้ารายใหม่ (รอพิจารณาสินเชื่อ)	49	49.0
กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ	30	30.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 3 ผลการศึกษาประเภทของกลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการเป็นกลุ่มลูกค้ารายใหม่ (รอพิจารณาสินเชื่อ) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการแล้วจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้ารายใหม่และกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้สินเชื่อ รวมกันมีอัตรา ร้อยละสูงถึง 79% แสดงให้เห็นว่าที่ผ่านมา ธนาคารยังไม่สามารถนำเสนอสินเชื่อให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ได้มากเท่าที่ควร



ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้ำธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
 กำแพงเพชร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	65	65.0
หญิง	35	35.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มลูกค้ำธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
 กำแพงเพชร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย จำนวน 65 คน คิดเป็น ร้อยละ  
 65.0 เป็นเพศหญิง 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่ในจังหวัดกำแพงเพชรเป็น  
 คนจีน ซึ่งมักจะนิยมให้ผู้ชายดำเนินกิจการหรือบุตรชายมาบริหารกิจการ และส่วนใหญ่เพศชายเป็น  
 เพศที่มีความแข็งแรง เข้มแข็ง และอดทนมากกว่าเพศหญิง

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้ำธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
 กำแพงเพชร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	37	37.0
ปริญญาตรี	39	39.0
สูงกว่าปริญญาตรี	24	24.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มลูกค้ำธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
 กำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา  
 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีการศึกษาระดับสูงกว่า  
 ปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 เนื่องจากในยุคปัจจุบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับ  
 การดำเนินธุรกิจ และทุกวันนี้มีการแข่งขันกันสูง จึงต้องนำความรู้มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้กิจการ  
 ประสบความสำเร็จ และสามารถอยู่รอดในยุคปัจจุบัน

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
กำแพงเพชร จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียน

ลักษณะการจดทะเบียน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	61	61.0
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	11	11.0
บริษัทจำกัด	28	28.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาเป็นบริษัท จำกัด 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 เนื่องจากในจังหวัดกำแพงเพชรจะเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็ก และกิจการที่ดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลานาน โดยเริ่มจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ประกอบกับเป็นการบริหารแบบครอบครัว จึงไม่จัดตั้งเป็นบริษัท

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
กำแพงเพชร จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	14	14.0
1 - 3 ปี	13	13.0
4 - 6 ปี	13	13.0
7 - 10 ปี	11	11.0
มากกว่า 10 ปี	49	49.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 1 ปี 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และลำดับสุดท้ายมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ระหว่าง 7 - 10 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการที่สืบทอดกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษ จึงทำให้มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี



ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
กำแพงเพชร จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม	34	34.0
2. ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่างๆ แก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคบริโภค	11	11.0
3. ธุรกิจค้าส่ง เช่น ร้านค้าส่งในบริเวณตลาดไท	42	42.0
4. ธุรกิจค้าปลีก ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้า ส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง มี เช่น ร้านค้าปลีกตามชุมชน รวมไปถึงร้านค้าปลีกใน ลักษณะของการซื้อสัมปทาน เช่น ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ร้านแฟมิลีมาร์ท	13	13.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจค้าส่ง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา มีประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และอันดับสุดท้ายเป็นประเภทธุรกิจบริการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 เพราะฉะนั้นในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นจังหวัดที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีผลผลิตทางการเกษตร เป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีธุรกิจค้าส่งเพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรไปจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ เช่น อ้อยก็ส่งเข้าโรงงาน กล้วยไข่ก็นำส่งยังตลาดไท และมันสำปะหลังส่งไปยังโรงงานผลิตแป้งมัน เป็นต้น

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ  
กำแพงเพชร จำแนกตามเงินลงทุน

เงินลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	11	11.0
ตั้งแต่ 1 ล้านบาท -ไม่เกิน 3 ล้านบาท	17	17.0
ตั้งแต่ 3 ล้านบาท - ไม่เกิน 5 ล้านบาท	14	14.0
มากกว่า 5 ล้านบาท.	58	58.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มลูกค้านาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีเงินลงทุนในการธุรกิจมากกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมามีเงินลงทุนตั้งแต่ 1 ล้านบาท -ไม่เกิน 3 ล้านบาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และลำดับสุดท้ายมีเงินลงทุนไม่เกิน 1 ล้านบาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ เนื่องจากกิจการที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่ เป็นกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมาแล้วมากกว่า 10 ปี ดังนั้น จึงทำให้มีเงินลงทุนมากกว่า 5 ล้านบาท

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้านาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามรายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	37	37.0
10 - 20 ล้านบาท	19	19.0
21 - 30 ล้านบาท	24	24.0
31 - 40 ล้านบาท	12	12.0
41 - 50 ล้านบาท	5	5.0
มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป	3	3.0
รวม	100	100.0

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มลูกค้านาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปี ต่ำกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมามีรายได้ต่อปี 21 - 30 ล้านบาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และลำดับสุดท้าย มีรายได้ต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 เนื่องจากในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ทั้งในเรื่องของการขึ้นราคาน้ำมัน ราคาสินค้า จึงเป็นสาเหตุทำให้มีรายได้จากการดำเนินธุรกิจน้อยลงไปได้



ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

กรณีลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อและกำลังขอใช้สินเชื่อ จำนวน 70 คน แสดงดังตารางที่ 11 - 15

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามระยะเวลาที่ขอใช้บริการสินเชื่อ

ระยะเวลาที่ขอใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	49	70.0
1 - 2 ปี	8	11.4
7 - 10 ปี	11	15.7
มากกว่า 10 ปี	2	2.9
รวม	70	100.0

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ที่ใช้บริการสินเชื่อและกำลังขอใช้สินเชื่อนั้น ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ขอใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมามีระยะเวลาที่ขอใช้บริการ 7 - 10 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และลำดับสุดท้ายมีระยะเวลาที่ขอใช้บริการมากกว่า 10 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 เพราะวาระยะเวลาการขอใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวนมากนั้น อาจเป็นเพราะในปัจจุบันธนาคารมีนโยบายการให้สินเชื่อโดยการพิจารณาคุณสมบัติของกลุ่มธุรกิจเพื่อเป็นการป้องกันหนี้เสียหรือหนี้สูญของธนาคาร รวมทั้งลูกค้าอาจจะต้องการใช้สินเชื่อในระยะเวลาสั้นๆ เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนเฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้น

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามประเภทสินเชื่อที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ

ประเภทสินเชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินกู้จำนอง (หลักทรัพย์ค้ำประกัน)	36	51.4
เงินกู้ทั่วไป (เงินฝากค้ำประกัน)	12	17.1
กู้เบิกเงินเกินบัญชี (โอ.ดี.)	18	25.7
สินเชื่อต่างประเทศ	4	5.8
อื่นๆ	-	-
รวม	70	100.0

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้จำนวน (หลักทรัพย์ค้ำประกัน) จำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.4 รองลงมาใช้บริการสินเชื่อประเภทกู้เบิกเงินเกินบัญชี (โอ.ดี.) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และลำดับสุดท้ายใช้บริการสินเชื่อด้านต่างประเทศจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 เนื่องจาก ธุรกิจที่ขอกู้จะใช้หลักทรัพย์ที่มีอยู่ค้ำประกัน ได้แก่ อาคาร สถานที่ประกอบการ หรือที่ดินต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อได้ตามที่ต้องการ ซึ่งตรงกับหลักเกณฑ์ของธนาคารที่มีการให้สินเชื่อ โดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบันกับธนาคาร

วงเงินสินเชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 ล้านบาท	21	30.0
ตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท	27	38.6
ตั้งแต่ 5 ล้านบาทและไม่เกิน 10 ล้านบาท	16	22.9
ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป	6	8.6
รวม	70	100.0

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีวงเงินสินเชื่อที่ใช้กับธนาคาร ตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมามีวงเงินสินเชื่อที่ใช้กับธนาคาร ต่ำกว่า 3 ล้านบาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และลำดับสุดท้ายมีวงเงินสินเชื่อที่ใช้กับธนาคารตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 เนื่องจาก ทางธนาคารนั้นมีหลักเกณฑ์พิจารณาการให้สินเชื่อกับธุรกิจต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับขนาดของธุรกิจ และเพื่อไม่ให้เกิดหนี้เสียได้เมื่อมีการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ ดังนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุทำให้ธุรกิจมีวงเงินสินเชื่อตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามจำนวนสินเชื่อที่มี

จำนวนสินเชื่อที่มี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวน 1 – 2 ประเภท	13	18.6
จำนวน 3 – 4 ประเภท	6	8.6
มากกว่า 4 ประเภท	2	2.9
ยังไม่ได้รับอนุมัติ	49	70.0
รวม	70	100.0



จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่กำลังรออนุมัติการขอสินเชื่อ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมามีจำนวนสินเชื่อ กับธนาคาร 1 – 2 ประเภท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 และลำดับสุดท้าย มีสินเชื่อมากกว่า 4 ประเภท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 เนื่องจากในปี 2555 นี้ มีลูกค้าที่อยู่ในระหว่างการยื่น คำขอสินเชื่อเป็นจำนวนหลายราย ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่ของธนาคาร ทางธนาคารต้องใช้เวลาในการ ตรวจสอบหลักฐานการขอสินเชื่อประกอบ จึงทำให้บางรายยังไม่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อ

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จำแนกตามเหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อ

เหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการ	4	5.7
ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าธนาคารที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อ	13	18.6
ธนาคารมีความมั่นคง มีภาพพจน์ดี และมีชื่อเสียง	6	8.6
มีบริการด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ	18	25.7
ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ	20	28.6
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ	2	2.9
อัตราดอกเบี้ยบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม	7	10.0
รวม	70	100.0

จากตาราง 15 พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อเพราะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมามีเหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อเพราะมีบริการด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และลำดับสุดท้ายมีเหตุผลเพราะธนาคารมีจำนวนสาขามากได้รับความสะดวกในการใช้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 เนื่องจากลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อได้ตามจำนวนที่ต้องการและอาจจะมีการบอกต่อกัน จึงทำให้นักธุรกิจหลายรายมีความสนใจในการให้สินเชื่อของธนาคาร ประกอบกับทางธนาคารก็มีสินเชื่อที่ไว้ให้บริการกับลูกค้าได้อย่างหลากหลาย พร้อมทั้งสามารถแนะนำให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสมกับการใช้บริการสินเชื่อแต่ละประเภทได้

กรณีลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 30 คน แสดงดังตาราง 16 - 17

ตาราง 16 แสดงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ แต่คิดว่าจะมาใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

การแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการ (ตอบข้อต่อไป)	30	100.00
ไม่ใช้บริการ (ไม่ต้องตอบข้อต่อไป)	-	-
รวม	30	100.0

จากตาราง 16 แสดงว่ากลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ มีแนวโน้มจะขอใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ทั้งหมด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ทั้งนี้เพราะว่า ธนาคารกรุงเทพมีบริการที่หลากหลายที่ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการ ประกอบกับมีอัตราดอกเบี้ยที่มีความเหมาะสมกับวงเงินกู้ รวมทั้งมีการให้คำแนะนำจากพนักงานซึ่งเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่ได้รับฟังจากลูกค้าหลายๆ คนที่ได้กู้เงินไปแล้ว จึงเป็นเหตุทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่เคยใช้บริการมีแนวโน้มที่จะใช้บริการทั้งหมด

ตาราง 17 แสดงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ ที่คิดว่าจะเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เพราะเหตุใด

การแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความหลากหลายด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ	6	20.0
ธนาคารมีความมั่นคง มีภาพพจน์ดี และมีชื่อเสียง	3	10.0
คิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ	17	56.7
อัตราดอกเบี้ยบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม	4	13.3
รวม	30	100.0

จากตาราง 17 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าจะเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เพราะคิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาเพราะความหลากหลายด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอัตราดอกเบี้ยบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เกณฑ์ของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.49	หมายถึง มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึง มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามภาพรวมและรายด้าน

ปัจจัยความพึงพอใจ	n = 100		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านสินเชื่อ	3.86	.457	มาก
ด้านบุคลากร	3.86	.330	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.72	.413	มาก
ด้านอาคารสถานที่	3.91	.512	มาก
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก	3.90	.377	มาก
รวมเฉลี่ย	3.85	.178	มาก

จากตาราง 18 พบว่า และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ( $\bar{X} = 3.91$ ) รองลงมาคือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.90$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.72$ ) สาเหตุที่ลูกค้าให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาคารสถานที่มากที่สุด เนื่องจากในการทำธุรกรรมกับธนาคารนั้น จะต้องมีความสะดวกสบาย เช่น มีลานจอดรถที่กว้างขวาง และมีความปลอดภัย เพราะว่า ในปัจจุบันนี้มีอัตราการว่างงานมากอาจทำให้เกิดปัญหาหลักขโมยหรือการโจรกรรมเกิดขึ้นได้ ซึ่งอาจเกิดความไม่ปลอดภัยต่อลูกค้าได้

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้านาคาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านสินเชื่อ จำแนกตามภาพรวมและรายข้อ

ด้านสินเชื่อ	n = 100		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีสินเชื่อที่หลากหลายให้บริการ เช่น เงินเบิกเกินบัญชี (โอ.ดี) เงินกู้ทั่วไป ฯลฯ	3.86	.752	มาก
2. มีสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้เลือกใช้บริการ	3.87	.774	มาก
3. อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อมีราคาถูกกว่าธนาคารอื่น	3.80	.816	มาก
4. การจัดวงเงินสินเชื่อได้เหมาะสมกับธุรกิจ	3.93	.728	มาก
5. การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อไว้บริการแก่ลูกค้า	3.92	.706	มาก
6. สัดส่วนวงเงินสินเชื่อต่อมูลค่าประกันมีความเหมาะสม	3.91	.780	มาก
7. มีการผ่อนชำระจำนวนเงินสินเชื่อแต่ละงวดตามความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	3.78	.719	มาก
รวมเฉลี่ย	3.86	.457	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อไว้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมา คือ การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อไว้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.92$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการผ่อนชำระจำนวนเงินสินเชื่อแต่ละงวดตามความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ ( $\bar{X} = 3.78$ )



ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านบุคลากรจำแนกตามภาพรวมและรายชื่อ

ด้านบุคลากร	n = 100		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. พนักงานสินเชื่อให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง	3.76	.653	มาก
2. พนักงานสินเชื่อมีความรู้ และมีความชำนาญเชื่อถือได้	3.68	.695	มาก
3. พนักงานมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้	4.06	.776	มาก
4. พนักงานสินเชื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.99	.689	มาก
5. พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเอง	3.94	.736	มาก
6. พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาดีและแต่งกายเหมาะสมมีความน่าเชื่อถือ	3.81	.734	มาก
7. พนักงานสินเชื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสนใจตอบสนอง	3.83	.766	มาก
8. พนักงานสินเชื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์	3.81	.465	มาก
รวมเฉลี่ย	3.86	.330	มาก

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 4.06$ ) รองลงมาคือพนักงานสินเชื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค ( $\bar{X} = 3.99$ ) ลำดับสาม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานสินเชื่อมีความรู้ และมีความชำนาญเชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 3.68$ )

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านการประชาสัมพันธ์จำแนกตามภาพรวมและรายข้อ

ด้านการประชาสัมพันธ์	n = 100		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีการประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษที่ลูกค้าได้รับ ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสำรวจหลักประกัน	3.75	.479	มาก
2. มีการประชาสัมพันธ์ สิทธิพิเศษลูกค้าได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการสินเชื่อ	3.74	.676	มาก
3. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารครบถ้วนและทันสมัยแก่ลูกค้าของธนาคาร	3.76	.683	มาก
4. ธนาคารมีบริการข่าวสารทางเศรษฐกิจ และความรู้ต่างๆ ให้กับลูกค้า	3.66	.639	มาก
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.72</b>	<b>.413</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารครบถ้วนและทันสมัยแก่ลูกค้าของธนาคาร ( $\bar{X} = 3.76$ ) รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษที่ลูกค้าได้รับ ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสำรวจหลักประกัน ( $\bar{X} = 3.75$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธนาคารมีบริการข่าวสารทางเศรษฐกิจ และความรู้ต่างๆ ให้กับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.66$ )



ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้านาคาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อาคารสถานที่จำแนกตามภาพรวมและรายข้อ

ด้านอาคารสถานที่	n = 100		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการสินเชื่อ	3.89	.709	มาก
2. บริเวณสถานที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ	3.88	.769	มาก
3. ธนาคารมีเครือข่ายสาขาให้บริการทั่วประเทศ	3.90	.835	มาก
4. ธนาคารมีการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ	4.00	.739	มาก
5. มีช่องทางการให้บริการที่สะดวกสบายแก่ลูกค้า โดยไม่ต้องนั่งรอนาน	3.90	.689	มาก
รวมเฉลี่ย	3.91	.512	มาก

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือธนาคารมีการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ ( $\bar{X} = 4.00$ ) รองลงมาคือธนาคารมีเครือข่ายสาขาให้บริการทั่วประเทศและมีช่องทางการให้บริการที่สะดวกสบายแก่ลูกค้า โดยไม่ต้องนั่งรอนาน ( $\bar{X} = 3.90$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ บริเวณสถานที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ ( $\bar{X} = 3.88$ )

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก	n = 100		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อเหมาะสมและไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.03	.771	มาก
2. การจัดส่งเอกสารสัญญาฉบับให้แก่ลูกค้าหลังทำนิติกรรมสัญญาครบถ้วน และรวดเร็ว	3.76	.712	มาก
3. ระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้	3.75	.575	มาก
4. มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยไว้ให้บริการ เช่น ด้านอินเทอร์เน็ต, ด้านโทรศัพท์ คือการส่ง SMS ฯลฯ	3.77	.709	มาก
5. มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.20	.778	มาก
6. ช่วงเวลา เปิด ปิด ของ ธนาคารมีความเหมาะสม	3.94	.649	มาก
รวมเฉลี่ย	3.90	.377	มาก

จากตาราง 23 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมาคือเอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อเหมาะสมและไม่ยุ่งยากซับซ้อน ( $\bar{X} = 4.03$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 3.75$ )



### ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ลักษณะการจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรแตกต่างกัน

ตาราง 24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียน

ลักษณะการจดทะเบียน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig.
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	3.92	.187	.164	.849
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.85	.185		
บริษัทจำกัด	3.77	.136		
อื่นๆ	-	-		

จากตาราง 24 พบว่า ลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ที่มีลักษณะการจดทะเบียนอยู่ในระดับมาก โดยห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.95$ ) รองลงมาคือห้างหุ้นส่วนจำกัด ( $\bar{X} = 3.85$ ) ส่วนบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.77$ )

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะการจดทะเบียนของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .849 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีลักษณะการจดทะเบียนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

2. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรแตกต่างกัน

ตาราง 25 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig.
ต่ำกว่า 1 ปี	3.84	.204	.322	.863
1 - 3 ปี	3.84	.145		
4 - 6 ปี	3.85	.174		
7 - 10 ปี	3.80	.159		
มากกว่า 10 ปี	3.87	.188		

จากตาราง 25 พบว่า ลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.85$ ) รองลงมาคือมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจระหว่าง 4 - 6 ปี ( $\bar{X} = 3.85$ ) ส่วนระยะเวลาดำเนินธุรกิจระหว่าง 7 - 10 ปี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.80$ )

เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาดำเนินธุรกิจของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .863 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั่นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน



3. ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน

ตาราง 26 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig.
ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม	3.82	.179	1.667	.179
ธุรกิจบริการ	3.94	.184		
ธุรกิจค้าส่ง	3.86	.186		
ธุรกิจค้าปลีก	3.82	.120		
อื่นๆ	-	-		

จากตาราง 26 พบว่า ลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ตามประเภทธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยธุรกิจประเภทบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมาคือธุรกิจประเภทค้าส่ง ( $\bar{X} = 3.86$ ) ส่วนธุรกิจประเภทการผลิตหรือภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.82$ )

เมื่อเปรียบเทียบประเภทธุรกิจของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .179 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

4. เงินลงทุนในธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำหรับธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน

ตาราง 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำหรับธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามเงินลงทุนในธุรกิจ

เงินลงทุนในธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig.
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	3.86	.169	2.244	.112
ตั้งแต่ 1 ล้านบาท - ไม่เกิน 3 ล้านบาท	3.77	.175		
ตั้งแต่ 3 ล้านบาท - ไม่เกิน - 5 ล้านบาท	3.87	.181		
มากกว่า 5 ล้านบาท.	3.85	.178		

จากตาราง 27 พบว่า ลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำหรับธุรกิจกำแพงเพชร ที่มีเงินลงทุนในธุรกิจอยู่ในระดับมาก โดยมีเงินลงทุนในธุรกิจตั้งแต่ 3 ล้านบาท - ไม่เกิน - 5 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.87$ ) รองลงมาคือ มีเงินลงทุนในธุรกิจ ไม่เกิน 1 ล้านบาท ( $\bar{X} = 3.86$ ) ส่วนมีเงินลงทุน ตั้งแต่ 1 ล้านบาท - ไม่เกิน 3 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.77$ )

เมื่อเปรียบเทียบเงินลงทุนในธุรกิจของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำหรับธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .112 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีเงินลงทุนในธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำหรับธุรกิจกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน



5. รายได้ต่อปีที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน

ตาราง 28 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามรายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig.
ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	3.91	.171	1.572	.213
10 - 20 ล้านบาท	3.87	.167		
21 - 30 ล้านบาท	3.83	.177		
31 - 40 ล้านบาท	3.84	.181		
41 - 50 ล้านบาท	3.78	.220		
มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป	3.63	.219		

จากตาราง 28 พบว่า ลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ที่มีรายได้ต่อปีอยู่ในระดับมาก โดยมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 10 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.91$ ) รองลงมาคือ มีรายได้ต่อปีระหว่าง 10 - 20 ล้านบาท ( $\bar{X} = 3.87$ ) ส่วนมีรายได้ต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.63$ )

เมื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อปีของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .213 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีรายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

6. วงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรต่างกัน

ตาราง 29 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการ

วงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	F	Sig.
ต่ำกว่า 3 ล้านบาท	3.84	.171	7.497	.023*
ตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท	3.79	.178		
ตั้งแต่ 5 ล้านบาทและไม่เกิน 10 ล้านบาท	3.88	.177		
ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป	3.85	.175		

จากตาราง 29 พบว่า ลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ที่มีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการตั้งแต่ 5 ล้านบาทและไม่เกิน 10 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.88$ ) รองลงมาคือ มีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ( $\bar{X} = 3.85$ ) ส่วนมีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.79$ )

เมื่อเปรียบเทียบวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .023 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินสินเชื่อต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มีรายได้สูงสุด จำนวน 100 ราย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย ในการคำนวณค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ได้แก่ สถิติ F-test (One – Way Analysis of Variance : ANOVA) สามารถนำเสนอ ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภทของกลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการเป็นกลุ่มลูกค้ารายใหม่ (รอพิจารณาสินเชื่อ) และกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้ารายใหม่และกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้สินเชื่อ รวมกันมีอัตรา ร้อยละสูงถึง 79% แสดงให้เห็นว่าที่ผ่านมา ธนาคารยังไม่สามารถนำเสนอสินเชื่อให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ได้ มากเท่าที่ควร

เพศ พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่ในจังหวัดกำแพงเพชรเป็นคนจีน ซึ่งมักจะนิยมให้ผู้ชาย ดำเนินกิจการหรือบุตรชายมาบริหารกิจการ และส่วนใหญ่เพศชายเป็นเพศที่มีความแข็งแรง เข้มแข็ง และอดทนมากกว่าเพศหญิง

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากในยุคปัจจุบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับการดำเนินธุรกิจ และทุกวันนี้มีการแข่งขันกันสูง จึงต้องนำความรู้มาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จ และสามารถอยู่รอดในยุคปัจจุบัน

ลักษณะการจดทะเบียน พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร ส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล เนื่องจากในจังหวัดกำแพงเพชรจะเป็นจังหวัด ที่มีขนาดเล็ก และกิจการที่ดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลานาน โดยเริ่ม จัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ประกอบกับเป็นการบริหารแบบครอบครัว จึงไม่จัดตั้งเป็น บริษัท

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจพบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการที่สืบทอดกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษ จึงทำให้มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี

ประเภทธุรกิจพบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรส่วนใหญ่มีประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจค้าส่ง เพราะอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีผลผลิตทางการเกษตรเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีธุรกิจค้าส่งเพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรไปจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ เช่น อ้อยก็ส่งเข้าโรงงาน กล้วยไขก็นำส่งยังตลาดไท และมันสำปะหลังส่งเข้าโรงงาน เป็นต้น

เงินลงทุนในการธุรกิจพบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชรส่วนใหญ่มีเงินลงทุนในการธุรกิจมากกว่า 5 ล้านบาท เนื่องจากกิจการที่ตั้งอยู่ในจังหวัด กำแพงเพชรส่วนใหญ่เป็นกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมาแล้วมากกว่า 10 ปี ดังนั้น จึงทำให้มีเงินลงทุนมากกว่า 5 ล้านบาท

รายได้ต่อปีพบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปี ต่ำกว่า 10 ล้านบาทเนื่องจากในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ทั้งในเรื่องของการขึ้นราคาน้ำมัน ราคาสินค้า จึงเป็นสาเหตุทำให้มีรายได้จากการดำเนินธุรกิจน้อยลงไปได้

## 2. พฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร กรณีลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อและกำลังขอใช้สินเชื่ออื่น จำนวน 70 คน มีผลการศึกษา

ดังนี้

ระยะเวลาที่ขอใช้บริการ พบว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ขอใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี อาจเป็นเพราะในปัจจุบันธนาคารมีนโยบายการให้สินเชื่อโดยการพิจารณาคุณสมบัติของกลุ่มธุรกิจเพื่อเป็นการป้องกันหนี้เสียหรือหนี้สูญของธนาคาร รวมทั้งลูกค้าอาจจะต้องการใช้สินเชื่อในระยะเวลาสั้นๆ เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนเฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้น

ประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้จำนอง(หลักทรัพย์ค้ำประกัน) เนื่องจากธุรกิจที่ขอกู้จะใช้หลักทรัพย์ที่มีอยู่ค้ำประกัน ได้แก่ อาคาร สถานที่ประกอบการ หรือที่ดินต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อได้ตามที่ต้องการ ซึ่งตรงกับหลักเกณฑ์ของธนาคารที่มีการให้สินเชื่อโดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

วงเงินสินเชื่อที่ใช้กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า ส่วนใหญ่มีวงเงินสินเชื่อที่ใช้กับธนาคารตั้งแต่ 3 ล้านบาท และไม่เกิน 5 ล้านบาท เนื่องจาก ทางธนาคารนั้นมีหลักเกณฑ์พิจารณาการให้สินเชื่อกับธุรกิจต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับขนาดของธุรกิจและไม่ให้เกิดหนี้เสียได้เมื่อมีการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ ดังนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุทำให้ธุรกิจมีวงเงินสินเชื่อตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท



จำนวนสินเชื่อที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่กำลังรออนุมัติการขอสินเชื่อ เนื่องจากในปี 2555 นี้ มีลูกค้าที่อยู่ในระหว่างการยื่นคำขอสินเชื่อเป็นจำนวนหลายราย ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่ของธนาคาร ทางธนาคารต้องใช้เวลาในการตรวจสอบหลักฐานการขอสินเชื่อประกอบ จึงทำให้บางรายยังไม่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อ

เหตุผลที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อเพราะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ เนื่องจากลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อได้ตามจำนวนที่ต้องการและอาจจะมีการบอกต่อๆ กัน จึงทำให้นักธุรกิจหลายรายมีความสนใจในการให้สินเชื่อของธนาคาร ประกอบกับทางธนาคารก็มีสินเชื่อที่ไว้ให้บริการกับลูกค้าได้อย่างหลากหลาย พร้อมทั้งสามารถแนะนำให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสมกับการใช้บริการสินเชื่อแต่ละประเภทได้

กรณีลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 30 คน มีผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ มีแนวโน้มจะขอใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ทั้งหมด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ทั้งนี้เพราะว่า ธนาคารกรุงเทพมีบริการที่หลากหลายที่ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการ ประกอบกับมีอัตราดอกเบี้ยที่มีความเหมาะสมกับวงเงินกู้ รวมทั้งมีการให้คำแนะนำจากพนักงานอันเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่ได้รับฟังจากลูกค้าหลายๆ คนที่ได้ถูกเงินไปแล้ว จึงเป็นเหตุทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่เคยใช้บริการมีแนวโน้มที่จะใช้บริการทั้งหมด

เหตุผลคิดว่าจะเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ส่วนใหญ่คิดว่าจะเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร เพราะคิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ รองลงมาเพราะความหลากหลายด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจและอัตราดอกเบี้ยบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม

### 3. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

3.1 ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมและรายด้าน พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ( $\bar{X} = 3.91$ ) รองลงมาคือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.90$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.72$ ) สาเหตุที่ลูกค้าให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาคารสถานที่มากที่สุด เนื่องในการทำธุรกรรมกับธนาคารนั้น จะมีความสะดวกสบาย เช่น มีลานจอดรถที่กว้างขวาง และมีความปลอดภัย เพราะว่าเป็นปัจจุบันนี้มีอัตราการว่างงานมากอาจทำให้เกิดปัญหาสังคมหรือการโจรกรรมเกิดขึ้นได้



3.2 ด้านสินเชื่อ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อไว้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมาคือการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อไว้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.92$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการผ่อนชำระจำนวนเงินสินเชื่อแต่ละงวดตามความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ ( $\bar{X} = 3.78$ )

3.3 ด้านบุคลากร พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 4.06$ ) รองลงมาคือพนักงานสินเชื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค ( $\bar{X} = 3.99$ ) ลำดับสาม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือพนักงานสินเชื่อมีความรู้และมีความชำนาญเชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 3.68$ )

3.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารครบถ้วนและทันสมัยแก่ลูกค้าของธนาคาร ( $\bar{X} = 3.76$ ) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษที่ลูกค้าได้รับ ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสำรวจหลักประกัน ( $\bar{X} = 3.75$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธนาคารมีบริการข่าวสารทางเศรษฐกิจและความรู้ต่างๆ ให้กับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.66$ )

3.5 ด้านอาคารสถานที่พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือธนาคารมีการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ ( $\bar{X} = 4.00$ ) รองลงมาคือธนาคารมีเครือข่ายสาขาให้บริการทั่วประเทศและมีช่องทางให้บริการที่สะดวกสบายแก่ลูกค้า โดยไม่ต้องนั่งรอนาน ( $\bar{X} = 3.90$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บริเวณสถานที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ ( $\bar{X} = 3.88$ )

3.6 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมา คือ เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อเหมาะสมและไม่ยุ่งยากซับซ้อน ( $\bar{X} = 4.03$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 3.75$ )



#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ลักษณะการจดทะเบียนระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจเงินลงทุนในธุรกิจรายได้ต่อปี และวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร แตกต่างกัน ผลการวิจัยมีดังนี้

4.1 ลักษณะการจดทะเบียน พบว่า ลูกค้านาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก โดยห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.95$ ) รองลงมาคือห้างหุ้นส่วนจำกัด ( $\bar{X} = 3.85$ ) ส่วนบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.77$ ) เมื่อเปรียบเทียบลักษณะการจดทะเบียนของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .849 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีลักษณะการจดทะเบียนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรไม่แตกต่างกัน

4.2 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ พบว่า ลูกค้านาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก โดยระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.85$ ) รองลงมาคือมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจระหว่าง 4 - 6 ปี ( $\bar{X} = 3.85$ ) ส่วนระยะเวลาดำเนินธุรกิจระหว่าง 7 - 10 ปี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.80$ ) เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาดำเนินธุรกิจของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .863 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

4.3 ประเภทธุรกิจ พบว่า ลูกค้านาคารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก โดยธุรกิจประเภทบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมาคือ ธุรกิจประเภทค้าส่ง ( $\bar{X} = 3.86$ ) ส่วนธุรกิจประเภทการผลิตหรือภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.82$ ) เมื่อเปรียบเทียบประเภทธุรกิจของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ สำนักธุรกิจกำแพงเพชรพบว่า มีค่า Sig. = .179 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารที่มีประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรไม่แตกต่างกัน



4.4 เงินลงทุนในธุรกิจ พบว่า ลูกค้าย่านนครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก โดยมีเงินลงทุนในธุรกิจตั้งแต่ 3 ล้านบาท - ไม่เกิน 5 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.87$ ) รองลงมาคือ มีเงินลงทุนในธุรกิจไม่เกิน 1 ล้านบาท ( $\bar{X} = 3.86$ ) ส่วนมีเงินลงทุน ตั้งแต่ 1 ล้านบาท - ไม่เกิน 3 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.77$ ) เมื่อเปรียบเทียบเงินลงทุนในธุรกิจของกลุ่มลูกค้าย่านนครที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .112 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าย่านนครที่มีเงินลงทุนในธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรไม่แตกต่างกัน

4.5 รายได้ต่อปี พบว่า ลูกค้าย่านนครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก โดยมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 10 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.91$ ) รองลงมาคือ มีรายได้ต่อปีระหว่าง 10 - 20 ล้านบาท ( $\bar{X} = 3.87$ ) ส่วนมีรายได้ต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.63$ ) เมื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อปีของกลุ่มลูกค้าย่านนครที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .213 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มลูกค้าย่านนครที่มีรายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรไม่แตกต่างกัน

4.6 วงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการพบว่า ลูกค้าย่านนครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร อยู่ในระดับมาก โดยมีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการตั้งแต่ 5 ล้านบาทและไม่เกิน 10 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 3.88$ ) รองลงมาคือ มีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ( $\bar{X} = 3.85$ ) ส่วนมีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{X} = 3.79$ ) เมื่อเปรียบเทียบวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการของกลุ่มลูกค้าย่านนครที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า มีค่า Sig. = .023 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นั้นหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินสินเชื่อต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การอภิปรายผล

จากการศึกษา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าย่านนครกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าย่านนครกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของอาคารสถานที่ เทคโนโลยีสารสนเทศ/ส่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์สินเชื่อและบุคลากร ที่ให้บริการ



ทั้งนี้เนื่องจาก ธนาคารกรุงเทพ มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อไว้บริการแก่ลูกค้าสม่ำเสมอ เพื่อไว้บริการแก่ลูกค้ารวมทั้งสัดส่วนวงเงินสินเชื่อต่อมูลค่าประกันมีความเหมาะสม ทั้งในเรื่องของบุคลากรที่ให้บริการก็มีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ บุคลากรส่วนใหญ่นั้นก็จะมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเองให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารครบถ้วน และทันสมัยแก่ลูกค้าของธนาคาร การประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษที่ลูกค้าได้รับได้แก่การยกเว้นค่าธรรมเนียมสำรวจหลักประกัน มีการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการมีเครือข่ายสาขาให้บริการทั่วประเทศและมีช่องทางการให้บริการที่สะดวกสบายแก่ลูกค้า มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อเหมาะสมและไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทางธนาคารกรุงเทพให้มีการวางแผนและปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าตลอดเวลา พร้อมทั้งเสริมสร้างประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินธุรกิจและคุณภาพของการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2546) ที่กล่าวว่า การวางรูปแบบผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าชั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการรวมถึงวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและนำเสนอบริการให้กับลูกค้าเป็นการทำให้กระบวนการการให้บริการแต่ละชั้นตอนนั้นเกี่ยวข้องกับคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสูง บุคลากรเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญที่สุดในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในธุรกิจซึ่งอาจรวมไปถึงบุคลิกภาพการพูดจาปราศรัยการแต่งกาย ฯลฯ ของบุคลากรแต่ละส่วนเพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กรและสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรรัฐติกาล พรหมสิทธิ์ (2548) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารกรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อปัจจัยด้านสถานที่บุคลากรและกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการสินเชื่อ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อนั้น เพราะว่า ทางธนาคารมีสินเชื่อที่ให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ รวมทั้งได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการ ตลอดจนพนักงานสินเชื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนใจตอบสนองต่อลูกค้าที่มาขอใช้บริการ และพนักงานยังมีบุคลิกภาพดียิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าทุกคน จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เครส และ ครูธฟีลด์ (Krech and Cruthfield. 1962, p. 77-84) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง พร้อมบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ระดับหนึ่งและแนวคิดของกู๊ด (Good. 1973, p. 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น



3. ลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจ กำแพงเพชร จากการตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มจะขอใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร ทั้งหมด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ เนื่องจาก ในปัจจุบันนี้ การพิจารณาลักษณะคุณสมบัติของผู้กู้ นั้น ทางธนาคารจะมีการพิจารณาความน่าเชื่อถือในการชำระหนี้คืน หรือพิจารณาศักยภาพในการทำกำไรหรือความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ซึ่งในเรื่องการพิจารณาคุณสมบัติของผู้กู้ นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามได้ศึกษาข้อมูลการพิจารณาสินเชื่อของแต่ละธนาคารมาเป็นอย่างดีแล้ว และพบว่า ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งเป็นธนาคารที่เป็นผู้นำและมีชื่อเสียงในการให้บริการกับธุรกิจ SMEs ดังนั้น การพิจารณาอนุมัติให้สินเชื่อให้กับกลุ่มธุรกิจของธนาคารกรุงเทพ จึงมีการอนุมัติวงเงินในจำนวนที่มากกว่าธนาคารอื่นๆ ที่อยู่จังหวัดกำแพงเพชร ด้วยอัตราสินเชื่อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ พร้อมทางเลือกการผ่อนชำระหลากหลายให้เลือกได้ตรงกับความประสงค์ของธุรกิจ และสามารถสนับสนุนธุรกิจของผู้ขอใช้สินเชื่อให้มีความเจริญเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีสินเชื่อเงื่อนไขพิเศษที่ตอบทุกความต้องการของธุรกิจเช่น สินเชื่อบัวหลวงกรีน ที่สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจในการลงทุนเพื่อการประหยัดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน หรือการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม , สินเชื่อตามโครงการรัฐบาลที่มีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำที่โครงการรัฐบาลให้การสนับสนุนเพื่อนำไปลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และพัฒนาโครงสร้างทางธุรกิจ ,สินเชื่อเพื่อธุรกิจและสินเชื่อโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน ซึ่งเป็นสินเชื่อที่สามารถทำให้ธุรกิจเลือกได้ตามความเหมาะสมของธุรกิจตนเองที่จะเปิดดำเนินการหรือปรับปรุงพัฒนาธุรกิจเดิมให้ไปสู่ในอนาคตที่ดีขึ้น ประกอบกับธุรกิจที่จะมาขอสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ ก็เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ มีมูลค่าหลักประกันที่ค้ำประกันการขอสินเชื่อ จึงทำให้ธนาคารเกิดความเชื่อถือว่าจะสามารถปล่อยสินเชื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจมีแนวโน้มที่จะมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

4. จากการตอบแบบสอบถาม พบว่า ทุกปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านสินเชื่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านเทคโนโลยี/สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งทั้ง 5 ปัจจัยนี้ เป็นปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการขอสินเชื่อ เพราะธนาคารกรุงเทพ เป็นธนาคารที่มีสินเชื่อสนับสนุนเกี่ยวกับธุรกิจอยู่อย่างหลากหลาย และตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าทางธนาคารอื่นๆ มีบุคลากรให้การสนับสนุนและดูแลกลุ่มลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย สามารถชี้แนะอธิบายและติดตามผลการขอสินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อแล้วก็มีการตรวจสอบ ติดตาม สอบถามถึงผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง ถ้าหากลูกค้าประสบปัญหาในเรื่องของการผ่อนชำระก็สามารถชี้แนวทางในการชำระหนี้ได้เป็นอย่างดีโดยไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจและต่อธนาคาร รวมทั้งถ้าหากมีโครงการใดๆ



ที่สามารถลดอัตราดอกเบี้ยได้อีก ทางธนาคารก็จะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถใช้บริการในโครงการดังกล่าวได้ และสามารถผ่อนชำระหนี้ได้ตรงตามสัญญาเสมอๆ ด้วยสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาจึงเป็นผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย

5. ลักษณะการจดทะเบียนระยะเวลาดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจเงินลงทุนในธุรกิจและรายได้ต่อปี ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชรไม่แตกต่างกัน ยกเว้นวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร มีการปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้าโดยพิจารณาถึงองค์ประกอบโดยใช้หลัก 5 C's ได้แก่ มีการพิจารณาถึงคุณสมบัติของลูกค้า ซึ่งอาจอาจดูได้จากฐานะหน้าที่การงานการศึกษาประสบการณ์คุณภาพของผู้บริหารฐานะทางสังคมประวัติการชำระหนี้เดิม มีการพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ เช่น พิจารณาจากศักยภาพในการทำกำไรหรือความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและพิจารณากระแสเงินสดของกิจการว่ามีความสามารถในการชำระหนี้หรือไม่ มีการพิจารณาถึงทุนที่นำมาใช้ในกิจการ โดยพิจารณาว่าเงินส่วนที่ขอกู้เป็นสัดส่วนเท่าใดต่อเงินส่วนที่ลูกหนี้เป็นเจ้าของมีการพิจารณาถึงหลักประกันของลูกค้า ซึ่งเป็นแหล่งในการชำระคืนหนี้แหล่งที่สองหากลูกหนี้ ไม่สามารถชำระหนี้ได้ซึ่งโดยปกติมูลค่าของหลักทรัพย์ค้ำประกันจะมีมูลค่าไม่น้อยกว่าจำนวนเงินที่กู้จริง และการพิจารณาวัตถุประสงค์ของการนำเงินกู้ไปใช้ เช่น ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มเติมเครื่องจักรเครื่องมือหรือเพื่อสินค้าคงคลังเป็นต้นนอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้นๆ และปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อกิจการเช่นภาวะถดถอยเศรษฐกิจเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ วัฏจักรทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและมีความสามารถในการแข่งขันกลยุทธ์การตลาดและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจเช่นความผันผวนของอัตราเงินเฟ้ออัตราแลกเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ย จึงทำให้ลูกค้าแต่ละรายมีวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการที่ต่างกันไป

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อส่วนใหญ่ ลูกค้าให้ความเห็นอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ดังนั้นทางธนาคารควรจะรักษามาตรฐานการให้บริการสินเชื่อไว้ พร้อมทั้งมีการพัฒนาหลักการให้บริการสินเชื่อที่ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการให้มากขึ้น

2. กรณีลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ มีแนวโน้มจะขอใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร โดยจะเลือกใช้บริการสินเชื่อ เพราะคิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ ดังนั้น ทางธนาคารกรุงเทพ ควรจะมีการวางแผนเพื่อสามารถทำให้ลูกค้าในกลุ่มนี้มีความสนใจและเข้ามาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการขอใช้สินเชื่อของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร
2. ควรมีการศึกษาถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะทำให้ลูกค้าหันมาสนใจในบริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร







## บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : คณะเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จตุรงค์ บุณนาค.(2549).ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิทย์ของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ .มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรัฐติกาล พรหมสิทธิ์. (2548). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารกรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง.การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2544). สถิติเพื่อนักบริหาร.พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ทิปพับลิเคชั่น
- เทพพนม เมืองแมน และคณะ. (2540). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ไทยประกันชีวิตบริษัทจำกัด. (2552). สินเชื่อ.[ระบบออนไลน์]แหล่งที่มาwww.thaillife.com สืบค้นวันที่18 พฤศจิกายน 2555.
- ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน). (2553). ข้อมูลธนาคาร, .[ระบบออนไลน์]แหล่งที่มา <http://www.bangkokbank.com>. สืบค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน 2555.
- ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน). (2555). รายงานผลประกอบการประจำปี 2550. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา<http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank+Thai/Business+Banking/SMEs/Business+Centers/default.htm>.สืบค้นวันที่18 พฤศจิกายน 2555.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2553). สาขานาการ, [ระบบออนไลน์]แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th/thai/paymentsystems/psservices>.สืบค้นวันที่18 พฤศจิกายน 2555.
- นภารัตน์ เสือจงพรู. (2544). ปัจจัยที่มีผลประสิทธิผลในการให้บริการของพนักงานประจำสำนักงานบริการโทรศัพท์. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บริษัทเมืองไทยประกันชีวิตจำกัด (มหาชน). (2552) บทบาทของสินเชื่อ[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา<http://www.muangthai.co.th/webmt/> สืบค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน 2555.
- ประสงค์ ทองอินทร์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินสาขาพร้าว จังหวัดเชียงใหม่.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). ธีววิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.พิมพ์ครั้งที่ 7.  
กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ประสานมิตร
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2544). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือราชภัฏ  
พระนคร
- ภูษิต ร่มบุญ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงศรีอยุธยา  
จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดกระบี่.มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ยุพาพรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
แสงดาว จำกัด.
- รำพึง เวชยันต์วุฒิ. (2542). การคลังและนโยบายการคลัง.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ . (2540). สถิติวิทยาทางการวิจัย . กรุงเทพมหานคร :  
สุวีรียาสาส์น
- วรวิทย์ คำแพงศิริรัตน์. (2542). การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ  
พนักงานสินเชื่อและพนักงานบัญชีธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในจังหวัด  
หนองคาย.มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยาลัยการอาชีพเทิง. (2553). สภาพแวดล้อมภายนอก. [ระบบออนไลน์]แหล่งที่มา  
www.tice.ac.th. สืบค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน 2555.
- ศิริกัญญา กระจายศรี. (2549) .การบริหารจัดการของธนาคารนครหลวงไทยจำกัด  
(มหาชน) ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้รับบริการ กรณีศึกษา :  
เฉพาะเขตพื้นที่ 26. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546 ). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง ปี 2546.  
กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุภิสรา บุญรัตน์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ  
จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่และสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัย  
รังสิต.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2550. สถาบันการเงินเร่งขยายสาขา...รองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น  
[ระบบออนไลน์] . แหล่งที่มา <http://www.kasikornresearch.com>สืบค้นวันที่  
18 พฤศจิกายน 2555.
- สง่า ภูณรงค์. (2540). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของศึกษาธิการ  
อำเภอตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และความพึงพอใจของ  
ข้าราชการสำนักงานศึกษาธิการในเขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภชัย คามวัลย์.(2544). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักทะเบียน.  
อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำแพงเพชร. (2555). ธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล. แหล่งที่มา  
<http://pcoc.moc.go.th> สืบค้นวันที่ 19 พฤศจิกายน 2555.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2553). สินเชื่อ, [ระบบออนไลน์]แหล่งที่มา  
<http://www.fpo.go.th/S-I/Source/ECO>. สืบค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน 2555.

อภินันท์ จันทะนี. (2553). การเงินการธนาคาร, เอกสารประกอบการเรียนการสอน.  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Good, Carter V. (1973). Dictionary of Education. 3rd ed. New York : McGraw – Hill  
Book Inc.

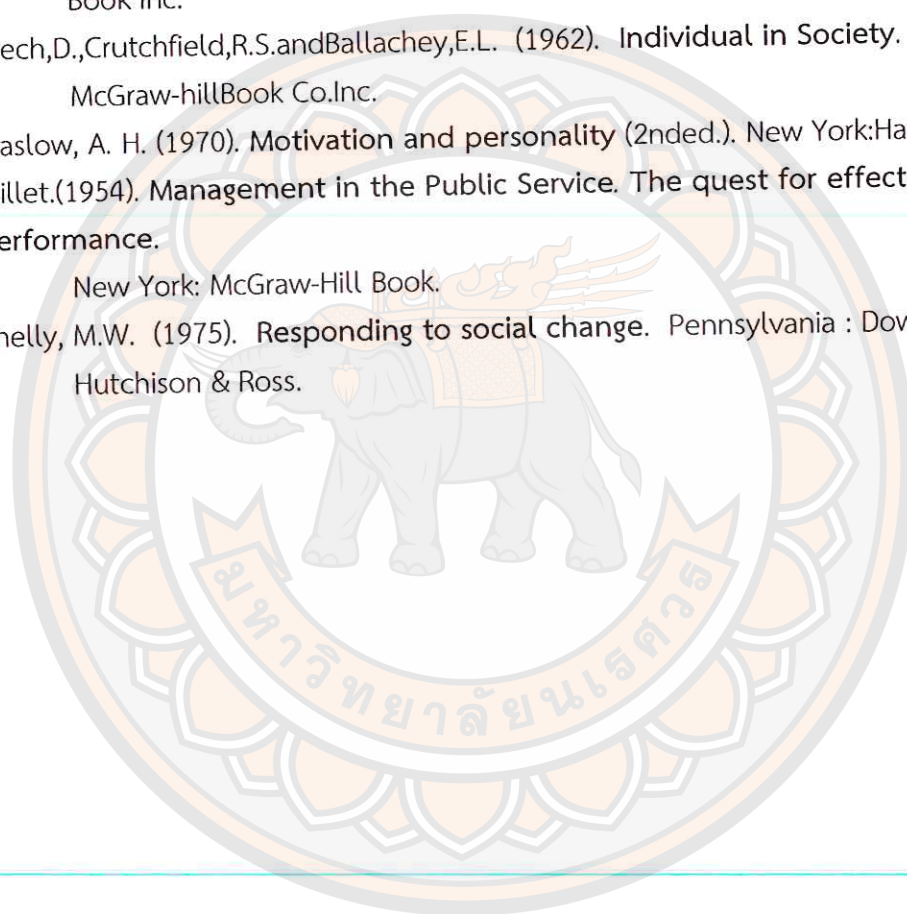
Krech, D., Crutchfield, R.S. and Ballachey, E.L. (1962). Individual in Society. New York:  
McGraw-hill Book Co. Inc.

Maslow, A. H. (1970). Motivation and personality (2nd ed.). New York: Harper & Row.

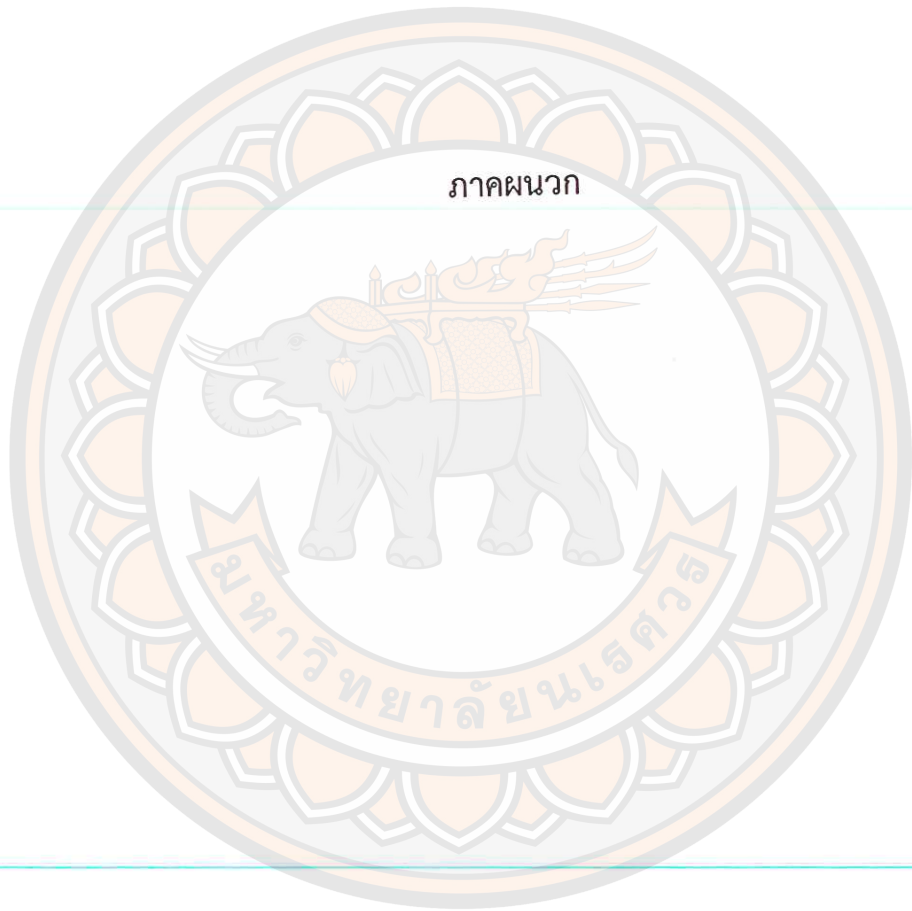
Millet. (1954). Management in the Public Service. The quest for effective  
performance.

New York: McGraw-Hill Book.

Shelly, M.W. (1975). Responding to social change. Pennsylvania : Dowden  
Hutchison & Ross.









ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

คำชี้แจง แบบสอบถามทั้งหมด 3 ตอน

โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  เพียงช่องเดียวสำหรับคำถามแต่ละข้อ

- กลุ่มลูกค้าประเภท  กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการแล้ว  
 กลุ่มลูกค้ารายใหม่ (รอพิจารณาสินเชื่อ)  
 กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. ระดับการศึกษาสูงสุด  
 ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี
3. ลักษณะการจดทะเบียน  
 บริษัทจำกัด  ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล  
 ห้างหุ้นส่วนจำกัด  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ  
 ต่ำกว่า 1 ปี  1 - 3 ปี  
 4 - 6 ปี  7 - 10 ปี  
 มากกว่า 10 ปี
5. ประเภทธุรกิจ  
 ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม เช่น โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ฯลฯ  
 ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่างๆ แก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคบริโภค เช่น กิจการร้านเสริมสวย กิจการสปา กิจการบริการขนส่ง ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า สำนักงานกฎหมายและบัญชี คลินิกรักษาโรค เป็นต้น  
 ธุรกิจค้าส่ง เช่น ร้านค้าส่งในบริเวณตลาดไท ร้านค้าส่งในย่านธุรกิจเช่น สำเพ็ง เยาวราช



- ธุรกิจค้าปลีก ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้บริโภคบริโภคโดยตรง มี เช่น ร้านค้าปลีกตามชุมชน รวมไปถึงร้านค้าปลีกในลักษณะของการซื้อสัมปทาน เช่น ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ร้านแฟมิลีมาร์ท
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. เงินลงทุนในธุรกิจ

- ไม่เกิน 1 ล้านบาท
- ตั้งแต่ 1 ล้านบาท - ไม่เกิน 3 ล้านบาท
- ตั้งแต่ 3 ล้านบาท - ไม่เกิน - 5 ล้านบาท
- มากกว่า 5 ล้านบาท.

7. รายได้ต่อปี
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 10 - 20 ล้านบาท          |
| <input type="checkbox"/> 21 - 30 ล้านบาท    | <input type="checkbox"/> 31 - 40 ล้านบาท          |
| <input type="checkbox"/> 41 - 50 ล้านบาท    | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร

กรณีสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อและกำลังขอใช้สินเชื่อ (กรุณาตอบข้อ 9 - 13)

8. ระยะเวลาที่ขอใช้บริการสินเชื่อ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1 - 2 ปี      |
| <input type="checkbox"/> 3 - 10 ปี     | <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ปี |

9. ประเภทสินเชื่อที่ขอใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ

- เงินกู้ยืม (หลักทรัพย์ค้ำประกัน)
- เงินกู้ทั่วไป (เงินฝากค้ำประกัน)
- กู้เบิกเงินเกินบัญชี (โอ.ดี.)
- สินเชื่อด้านต่างประเทศ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. วงเงินสินเชื่อที่ใช้ในปัจจุบันกับธนาคาร

- ต่ำกว่า 3 ล้านบาท
- ตั้งแต่ 3 ล้านบาทและไม่เกิน 5 ล้านบาท
- ตั้งแต่ 5 ล้านบาทและไม่เกิน 10 ล้านบาท
- ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป

11. จำนวนสินเชื่อที่มี

- จำนวน 1 – 2 ประเภท
- จำนวน 3 – 4 ประเภท
- มากกว่า 4 ประเภท
- ยังไม่ได้รับอนุมัติ

12. เหตุผลที่ขอใช้บริการสินเชื่อ

- ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการติดต่อใช้บริการ
- ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าธนาคารที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อ
- ธนาคารมีความมั่นคง มีภาพพจน์ดี และมีชื่อเสียง
- มีบริการด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ
- ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ
- ธนาคารมีจำนวนสาขามาก ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ
- อัตราดอกเบี้ยบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

กรณีลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อ

13. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพหรือไม่

- ใช้บริการ (ตอบข้อต่อไป)
- ไม่ใช้บริการ (ไม่ต้องตอบข้อต่อไป)

14. ท่านจะเลือกใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารกรุงเทพเพราะเหตุใด

- ความหลากหลายด้านสินเชื่อให้เลือกตรงตามความต้องการของธุรกิจ
- ธนาคารมีความมั่นคง มีภาพพจน์ดี และมีชื่อเสียง
- คิดว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อตามจำนวนเงินที่ต้องการ
- อัตราดอกเบี้ยบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....



ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ  
สำนักธุรกิจกำแพงเพชร

โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  เพียงช่องเดียวสำหรับคำถามแต่ละข้อ

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ	น้อยที่สุด ← → มากที่สุด				
		1	2	3	4	5
1.	ด้านสินเชื่อ					
	1.1 มีสินเชื่อที่หลากหลายให้บริการ เช่น เงินเบิกเกินบัญชี (โอ.ดี) เงินกู้ทั่วไป ฯลฯ					
	1.2 มีสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้เลือกใช้บริการ					
	1.3 อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อมีราคาถูกกว่าธนาคารอื่น					
	1.4 การจัดวงเงินสินเชื่อได้เหมาะสมกับธุรกิจ					
	1.5 การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของสินเชื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อไว้บริการแก่ลูกค้า					
	1.6 สัดส่วนวงเงินสินเชื่อต่อมูลค่าประกันมีความเหมาะสม					
	1.7 มีการผ่อนชำระจำนวนเงินสินเชื่อแต่ละงวดตามความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ					
2	ด้านบุคลากร					
	2.1 พนักงานสินเชื่อให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง					
	2.2 พนักงานสินเชื่อมีความรู้ และมีความชำนาญเชื่อถือได้					
	2.3. พนักงานมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้					
	2.4. พนักงานสินเชื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค					
	2.5. พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเอง					
	2.6. พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาดี และแต่งกายเหมาะสมมีความน่าเชื่อถือ					
	2.7 พนักงานสินเชื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสนใจตอบสนอง					
	2.8 พนักงานสินเชื่อแก้ไขปัญหาของ ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์					
3.	ด้านการประชาสัมพันธ์					
	3.1 มีการประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษที่ลูกค้าได้รับ ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสำรวจหลักประกัน					
	3.2 มีการประชาสัมพันธ์ สิทธิพิเศษลูกค้าได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการสินเชื่อ					

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ	น้อยที่สุด ← → มากที่สุด				
		1	2	3	4	5
	3.3 มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารครบถ้วนและทันสมัยแก่ลูกค้าของธนาคาร					
	3.4 ธนาคารมีบริการข่าวสารทางเศรษฐกิจ และความรู้ต่างๆให้กับลูกค้า					
4.	ด้านอาคารสถานที่					
	4.1 ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการสินเชื่อ					
	4.2 บริเวณสถานที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ					
	4.3 ธนาคารมีเครือข่ายสาขาให้บริการทั่วประเทศ					
	4.4 ธนาคารมีการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ					
	4.5 มีช่องทางการให้บริการที่สะดวกสบายแก่ลูกค้า โดยไม่ต้องนั่งรอนาน					
5.	ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก					
	5.1 เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อเหมาะสมและไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
	5.2 การจัดส่งเอกสารสัญญาฉบับให้แก่ลูกค้าหลังทำนิติกรรมสัญญาครบถ้วน และรวดเร็ว					
	5.3 ระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้					
	5.4 มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยไว้ให้บริการ เช่น ด้านอินเทอร์เน็ต, ด้านโทรศัพท์ คือการส่ง SMS ฯลฯ					
	5.5 มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น					
	5.6 ช่วงเวลาเปิด - ปิด ของธนาคารมีความเหมาะสม					





ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก.....	ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ/สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับเวลาและความอนุเคราะห์ของท่านในการตอบ  
แบบสอบถามครั้งนี้ ข้าพเจ้าใคร่ขอรับรองต่อท่านอีกครั้งว่าคำตอบทั้งหมดจะเป็นความลับอย่างยิ่ง  
ผู้วิจัย

