

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 120 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ ค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-test) และไคสแควร์ (Chi-square) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น

$S.D.$ แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

t แทน ค่าสถิติทดสอบ t-test

F แทน ค่าสถิติทดสอบ F-test

χ^2 แทน การหาความสัมพันธ์
* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว โดยหาค่าความถี่และร้อยละ แสดงผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านาคารชนชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	120	100.0
1. เพศ		
ชาย	61	50.8
หญิง	59	49.2
2. อายุ		
20 - 30 ปี	27	22.5
31 - 40 ปี	70	58.3
41 - 50 ปี	18	15.0
51 ปีขึ้นไป	5	4.2
3. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	10.0
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	72	60.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	33	27.5
นักเรียน/นักศึกษา	3	2.5

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าธนาคารธนชาติ (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	120	100.0
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	24	20.0
มัธยมศึกษา/ปวช.	47	39.2
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	28	23.3
ปริญญาตรีขึ้นไป	21	17.5
5. สถานภาพสมรส		
โสด	57	47.5
สมรส	48	40.0
หม้าย/หย่า	15	12.5
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	12	10.0
10,001 - 20,000 บาท	50	41.7
20,001 - 30,000 บาท	36	30.0
30,001 บาทขึ้นไป	22	18.3

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่าผู้ค้าธนาคารธนชาติ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 สถานภาพโสด 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน การหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการ สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารธนชาติ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และงวดการชำระเงินที่ต้องการ โดยหาจำนวนและค่าร้อยละแสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	120	100.0
1. บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ		
บมจ.ธนาคารธนชาติ	47	39.2
บจก. กสิกร ลิสซิ่ง	15	12.5
บมจ. ธนาคารทีสโก้	11	9.2
บจก. จีอีแคปปีตอล ออโต้ลิส	6	5.0
บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม	9	7.5
บมจ. ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง	3	2.5
บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง	12	10.0
บมจ.อยุธยาแคปปีตอล ออโต้ลิส	3	2.5
บจก. อีซูซูลิสซิ่ง	4	3.3
บมจ. ธนาคารเกียรตินาคิน	3	2.5
บจก. ฮอนด้าลิสซิ่ง	4	3.3
อื่น ๆ	3	2.5

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้า (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	120	100.0
2. ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน		
เบนซ์	5	4.2
บีเอ็มดับเบิลยู	14	11.7
โตโยต้า	35	29.2
ฮอนด้า	21	17.5
อิซูซุ	33	27.5
นิสสัน	2	1.7
มิตซูบิชิ	10	8.3
3. การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน		
ไม่มีการหาข้อมูลเลย	13	10.8
มีการหาข้อมูลบ้าง	76	63.3
มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด	31	25.8
4. สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน		
บุคคลใกล้ชิด (เพื่อน/ครอบครัว)	28	23.3
ชื่อเสียงของบริษัท	34	28.3
การโฆษณาทางวิทยุ	17	14.2
พนักงานของบริษัท	28	23.3
หนังสือพิมพ์	8	6.7
ใบปลิวแผ่นพับ	5	4.2
5. เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารขนาด		
เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว	40	33.3
ความน่าเชื่อถือของธนาคาร	34	28.3
ความสะดวกในการมาใช้บริการ	11	9.2
อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ	2	1.7

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้า (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	120	100.0
5. (ต่อ)		
ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ	5	4.2
ระเบียบและเงื่อนไขในการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก	3	2.5
มีสถานที่ที่สะดวกในการติดต่อทำให้การส่งชำระกู้ทำได้ง่าย	2	1.7
การให้บริการของพนักงาน	17	14.2
มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ	3	2.5
อื่น ๆ	3	2.5
6. วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน		
ไม่เกิน 100,000 บาท	12	10.0
100,001 - 200,000 บาท	45	37.4
200,001 - 400,000 บาท	47	39.2
400,001 - 600,000 บาท	11	9.2
ตั้งแต่ 600,001 บาท ขึ้นไป	5	4.2
7. งวดการชำระเงิน		
12 งวด	23	19.2
24 งวด	27	22.5
36 งวด	21	17.5
48 งวด	18	15.0
60 งวด	26	21.7
72 งวด	5	4.2

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าธนาคารชนชาติ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารชนชาติ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน โตโยต้า จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีการหาข้อมูลมาบ้างก่อน

การใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน คือชื่อเสียงของบริษัท 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ เพราะ เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน 200,001 - 400,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 งดการชำระเงิน 24 งวด จำนวน 22.5 คิดเป็นร้อยละ 22.5

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ

จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตาราง 3 - 8

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร

ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ	4.11	0.46	มาก
ความมั่นคงของธนาคาร	4.09	0.58	มาก
มีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ	4.11	0.53	มาก
การมีส่วนร่วมกับสังคม	4.00	0.58	มาก
การต้อนรับของพนักงาน	4.15	0.63	มาก
โดยรวม	4.09	0.43	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร โดยรวมลูกค้ามีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, $S.D. = 0.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การต้อนรับของพนักงาน รองลงมา คือ ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ และมีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ และน้อยที่สุดในข้อ การมีส่วนร่วมกับสังคม

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	\bar{X}	$S.D.$	ระดับการตัดสินใจ
ความสะดวก/รวดเร็ว	4.08	0.75	มาก
มีสาขาที่ให้บริการมากมาย	4.01	0.76	มาก
มีเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย	3.90	0.71	มาก
พนักงานแนะนำเกี่ยวกับสินเชื่อบริการแลกเงินได้ชัดเจน	4.00	0.74	มาก
การตรวจสอบสภาพรถยนต์ได้มาตรฐาน	3.93	0.71	มาก
โดยรวม	3.99	0.67	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการแลกเงิน ด้านการให้บริการ โดยรวมลูกค้ามีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, $S.D. = 0.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวก/รวดเร็ว รองลงมา คือ มีสาขาที่ให้บริการมากมาย และน้อยที่สุดในข้อ มีเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก

ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก	\bar{X}	<i>S.D.</i>	ระดับการตัดสินใจ
ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน	3.89	0.76	มาก
สถานที่จอดรถสะดวก/เพียงพอ	3.71	0.86	มาก
สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ	3.90	0.78	มาก
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.90	0.71	มาก
มีป้ายบอกการทำธุรกรรมแต่ละหน้าที่ชัดเจน	3.93	0.62	มาก
โดยรวม	3.87	0.60	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก โดยรวมลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, *S.D.* = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายบอกการทำธุรกรรมแต่ละหน้าที่ชัดเจน รองลงมา คือ สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ และมีที่นั่งรอเพียงพอ และน้อยที่สุดในข้อ สถานที่จอดรถสะดวก/เพียงพอ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการอนุมัติสินเชื่อ

ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	\bar{X}	<i>S.D.</i>	ระดับการตัดสินใจ
อัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.77	0.63	มาก
ความรวดเร็วในการอนุมัติและแจ้งผล	3.82	0.58	มาก
ความรวดเร็วในการทำนิติกรรมสัญญา	3.91	0.58	มาก
วงเงินอนุมัติสูงสุดร้อยละ 100 ของราคากลาง	3.88	0.59	มาก
ไม่มีผู้ค้ำประกันกรณีขอไม่เกินร้อยละ 60 ของราคากลาง	3.88	0.60	มาก
โดยรวม	3.85	0.51	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ โดยรวมลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, *S.D.* = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายบอกการทำธุรกรรมแต่ละหน้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ วงเงินอนุมัติสูงสุดร้อยละ 100 ของราคากลาง และไม่มีผู้ค้ำประกันกรณีขอไม่เกินร้อยละ 60 ของราคากลาง และน้อยที่สุดในข้อ อัตราดอกเบี้ยต่ำ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการแลกเงินของลูกค้านักวิชาการชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	<i>S.D.</i>	ระดับการตัดสินใจ
การประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	3.68	0.65	มาก
การติดป้ายโฆษณาหน้าอาคารสำนักงาน	3.67	0.68	มาก
มีการส่งเสริมการตลาด เช่น แจก แคมการชิงโชคกับโครงการผ่อนรถ	3.68	0.67	มาก
เปิดบูชบริการในองค์กรบริษัทเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐ	3.61	0.70	มาก
เชิญชวนลูกค้าที่ผ่อนชำระหนี้ได้เงื่อนไขธนาคารอนุมัติสินเชื่อให้ต่อและสมนาคุณโดยมอบของรางวัลให้เป็นธนาคารเชื่	3.66	0.78	มาก
โดยรวม	3.66	0.59	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการแลกเงิน ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66, S.D. = 0.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ และ มีการส่งเสริมการตลาด เช่น แจก แคมการชิงโชคกับโครงการผ่อนรถ รองลงมา คือ การติดป้ายโฆษณาหน้าอาคารสำนักงาน และน้อยที่สุดในข้อ เปิดบูชบริการในองค์กรบริษัทเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการแลกเงินของลูกค้านักวิชาการชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	<i>S.D.</i>	ระดับการตัดสินใจ
พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี	4.14	0.73	มาก
พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น	4.11	0.73	มาก
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ สินเชื่อ	4.02	0.69	มาก
พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหา ได้	4.00	0.66	มาก
พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง	4.01	0.65	มาก
โดยรวม	4.06	0.64	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการแลกเงิน ด้านบุคคล โดยรวมลูกค้านักวิชาการชนชาติ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, *S.D.* = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี รองลงมา คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น และน้อยที่สุดในข้อ พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวม

ภาพรวม	\bar{X}	<i>S.D.</i>	ระดับการตัดสินใจ
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	4.09	0.43	มาก
ด้านการให้บริการ	3.99	0.67	มาก
ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก	3.87	0.60	มาก
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	3.85	0.51	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.66	0.59	มาก
ด้านบุคลากร	4.06	0.64	มาก
โดยรวม	3.92	0.38	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ในภาพรวมลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, *S.D.* = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร รองลงมา คือ ด้านบุคลากร และน้อยที่สุดในด้านส่งเสริมการตลาด

4. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามปัจจัย

ส่วนบุคคลของลูกค้ำ

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แสดงผลดังตาราง 10 - 18 ซึ่งมีสมมติฐานทางการวิจัย และผลการเปรียบเทียบดังนี้

H_0 : ลูกค้ำธนาคารชนิดที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำธนาคารชนิดที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินแตกต่างกัน

ตาราง 10 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	n = 61		n = 59			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	4.12	0.41	4.06	0.45	.854	.395
ด้านการให้บริการ	4.07	0.64	3.90	0.70	1.398	.165
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	3.84	0.61	3.89	0.59	-.414	.679
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	3.81	0.56	3.88	0.45	-.774	.441
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.68	0.59	3.64	0.60	.350	.727
ด้านบุคลากร	4.15	0.63	3.96	0.63	1.692	.093
โดยรวม	3.95	0.40	3.89	0.35	.852	.396

จากตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามเพศด้วยค่าสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน พบว่าค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ แสดงว่า ลูกค้านาคารชนชาติที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.04	0.01	0.07	0.98
	ภายในกลุ่ม	116	21.87	0.19		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.14	0.38	0.84	0.47
	ภายในกลุ่ม	116	52.39	0.45		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	1.14	0.38	1.06	0.37
	ภายในกลุ่ม	116	41.59	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.07	0.02	0.09	0.96
	ภายในกลุ่ม	116	30.41	0.26		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.04	0.35	0.99	0.40
	ภายในกลุ่ม	116	40.85	0.35		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.89	0.30	0.73	0.54
	ภายในกลุ่ม	116	47.19	0.41		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.33	0.11	0.77	0.52
	ภายในกลุ่ม	116	16.66	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามอายุ ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้าน

ภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แสดงว่า ลูกค้านาคารชนชาติที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.09	0.03	0.16	0.92
	ภายในกลุ่ม	116	21.82	0.19		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.87	0.29	0.64	0.59
	ภายในกลุ่ม	116	52.66	0.45		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	1.08	0.36	1.00	0.39
	ภายในกลุ่ม	116	41.65	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.45	0.15	0.58	0.63
	ภายในกลุ่ม	116	30.03	0.26		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	0.27	0.09	0.25	0.86
	ภายในกลุ่ม	116	41.62	0.36		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.15	0.72	1.81	0.15
	ภายในกลุ่ม	116	45.93	0.40		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.40	0.13	0.92	0.43
	ภายในกลุ่ม	116	16.60	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต
จำแนกตามอาชีพ ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า
Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้าน
ภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการ
อนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แสดงว่า ลูกค้าธนาคารธนชาตที่มีอาชีพ
ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

ตาราง 13 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.22	0.07	0.39	0.76
	ภายในกลุ่ม	116	21.69	0.19		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.77	1.59	3.78	0.01*
	ภายในกลุ่ม	116	48.76	0.42		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	0.15	0.05	0.13	0.94
	ภายในกลุ่ม	116	42.58	0.37		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.79	0.26	1.03	0.38
	ภายในกลุ่ม	116	29.69	0.26		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.49	0.50	1.43	0.24
	ภายในกลุ่ม	116	40.40	0.35		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.61	0.20	0.50	0.69
	ภายในกลุ่ม	116	47.47	0.41		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.48	0.16	1.14	0.34
	ภายในกลุ่ม	116	16.51	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามระดับการศึกษา ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้านาคารชนชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 14

ตาราง 14 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี ขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.หรือ เทียบเท่า				
ปริญญาตรีขึ้นไป	.5095*	.5542*	.4524*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 14 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา (.5095) มัธยมศึกษา/ปวช. (.5542) และอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า (.4524)

ตาราง 15 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.14	0.07	0.38	0.68
	ภายในกลุ่ม	117	21.77	0.19		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.06	0.03	0.06	0.94
	ภายในกลุ่ม	117	53.47	0.46		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.39	0.20	0.54	0.58
	ภายในกลุ่ม	117	42.34	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.66	0.33	1.29	0.28
	ภายในกลุ่ม	117	29.82	0.25		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.33	0.17	0.47	0.63
	ภายในกลุ่ม	117	41.56	0.36		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.20	0.60	1.50	0.23
	ภายในกลุ่ม	117	46.87	0.40		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.04	0.02	0.13	0.88
	ภายในกลุ่ม	117	16.95	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามสถานภาพสมรส ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวกด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แสดงว่า ลูกค้าธนาคารชนชาติที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินไม่แตกต่างกัน

ตาราง 16 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3	1.39	0.46	2.62	0.05*
	ภายในกลุ่ม	116	20.52	0.18		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.01	2.00	4.89	0.00*
	ภายในกลุ่ม	116	47.52	0.41		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	1.15	0.38	1.06	0.37
	ภายในกลุ่ม	116	41.59	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.53	0.51	2.04	0.11
	ภายในกลุ่ม	116	28.95	0.25		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	0.54	0.18	0.51	0.68
	ภายในกลุ่ม	116	41.35	0.36		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	2.08	0.69	1.75	0.16
	ภายในกลุ่ม	116	45.99	0.40		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.46	0.49	3.65	0.01*
	ภายในกลุ่ม	116	15.53	0.13		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามระดับการศึกษา ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 2 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร และด้านการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้านาคารธนาคารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร และด้านการให้บริการ คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 17 - 18

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 - 20,000 บาท				
20,001-30,000 บาท		.3833*		
30,000 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า ลูกค้านาคารธนาคารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มากกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (.3833)

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ
รถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,001 - 20,000 บาท	.5547*			
20,001-30,000 บาท	.7944*			.3460*
30,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า 1) ลูกค้ายุทธศาสตร์ชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ มากกว่า ลูกค้ายุทธศาสตร์ชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (.5547) 2) ลูกค้ายุทธศาสตร์ชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ มากกว่า ลูกค้ายุทธศาสตร์ชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (.7944) และ 30,001 บาทขึ้นไป (.3460)

5. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามพฤติกรรม การใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แสดงผลดังตาราง 19 - 32 ซึ่งมีสมมติฐานทางการวิจัย และผลการเปรียบเทียบดังนี้

H_0 : ลูกค้ายุทธศาสตร์ชนชาติที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าธนาคารชนชาติที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินแตกต่างกัน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	11	3.63	0.33	1.95	0.04*
	ภายในกลุ่ม	108	18.28	0.17		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	11	11.97	1.09	2.83	0.00*
	ภายในกลุ่ม	108	41.56	0.38		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	11	3.15	0.29	0.78	0.66
	ภายในกลุ่ม	108	39.58	0.37		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	11	1.48	0.13	0.50	0.90
	ภายในกลุ่ม	108	29.00	0.27		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11	6.34	0.58	1.75	0.07
	ภายในกลุ่ม	108	35.55	0.33		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	11	8.64	0.79	2.15	0.02*
	ภายในกลุ่ม	108	39.43	0.37		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	11	2.27	0.21	1.51	0.14
	ภายในกลุ่ม	108	14.72	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตามบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 3 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากร แสดงว่า ลูกค้านักวิชาการธนาคารที่มีบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากร แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher 's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 20 - 22

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร จำแนกตามบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ	บมจ. ไทยพาณิชย์ลิซซิ่ง	บจก. ไทโยต้าลิซซิ่ง
บมจ.ธนาคารธนชาติ	.8823*	.2823*
บจก. กสิกร ลิซซิ่ง	.8667*	
บมจ. ธนาคารทีสโก้	.9152*	
บจก. จีอีแคปปิตอล ออโต้ลิซ	1.0333*	.4333*
บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม	.9111*	
บจก. ไทโยต้าลิซซิ่ง	.6000*	
บมจ.อยุธยาแคปปิตอล ออโต้ลิซ	.7333*	
บจก. อีซูซูลิซซิ่ง	.9833*	
บจก. ฮอนด้าลิซซิ่ง	.7333*	
อื่นๆ	.6667*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร จำแนกตามบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้านาคารที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจาก บมจ.ธนาคารชนชาติ บจก. กสิกร ลิสซิ่ง บมจ. ธนาคารทีสโก้ บจก. จีอี แคปิตอล ออโต้ลิส บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง บมจ.อยุธยาแคปิตอล ออโต้ลิส บจก. อีซูซูลิสซิ่ง บจก. สอนต้าลิสซิ่ง และอื่น ๆ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มากกว่า ลูกค้ำที่เคยใช้บริการ บมจ. ไทยพาณิชย์ ลิสซิ่ง 2) ลูกค้านาคารชนชาติที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจากบมจ.ธนาคารชนชาติ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้ำที่เคยใช้บริการ บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง และ 3) ลูกค้านาคารชนชาติที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจากบจก. จีอี แคปิตอล ออโต้ลิสมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มากกว่าลูกค้ำที่เคยใช้บริการ บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่ เคยใช้บริการ	บจก.จีอีแคปิตอล ออโต้ลิส	บมจ. ธนาคาร เกียรตินาคิน	บจก. สอนต้า ลิสซิ่ง	อื่นๆ
บมจ.ธนาคารชนชาติ	.6113*	.8780*	1.1447*	1.0113*
บจก. กสิกร ลิสซิ่ง	.6533*	.9200*	1.1867*	1.0533*
บมจ. เงินทุนสิน อุตสาหกรรม	.6889*	.9556*	1.2222*	1.0889*
บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง			.8833*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้ำที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจาก

บมจ.ธนาคารธนชาติ บจก. กสิกร ลิสซิ่ง และบมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการให้บริการมากกว่า ลูกค้ำที่เคยใช้บริการ บจก.จีอี แคปิตอลอโต้ลิส บมจ. ธนาคารเกียรตินาคิน บจก. ฮอนด้าลิสซิ่ง และอื่น ๆ และ 2) ลูกค้ำธนาคารที่เคยใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน จาก บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการให้บริการมากกว่า ลูกค้ำที่เคยใช้บริการ บจก. ฮอนด้าลิสซิ่ง

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านบุคลากร จำแนกตามบริษัทสินเชื่อบริการที่เคยใช้บริการเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

บริษัทสินเชื่อบริการ	บจก. กสิกร ลิสซิ่ง	บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม	บจก. โตโยต้า ลิสซิ่ง	บมจ. ธนาคารเกียรตินาคิน	บจก. ฮอนด้า ลิสซิ่ง
บมจ.ธนาคารธนชาติ		.4813*			.9202*
ธนาคารทีสโก้ บจก. จีอี แคปิตอลอโต้ลิส บจก. โตโยต้า ลิสซิ่ง	.6242*	.8020*	.5242*	.8242*	1.2409*
บมจ.อยุธยา แคปิตอลอโต้ลิส					.9833*
					.7167*
					1.0833*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านบุคลากร จำแนกตามบริษัทสินเชื่อบริการที่เคยใช้บริการ เป็นรายคู่ด้วย

วิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จาก บมจ. ธนาคารธนชาติ ธนาคารทีสโก้ บจก.จีอีเคปียตอลอโต้ลิส บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง บมจ.อยุธยาเคปียตอลอโต้ลิสมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านบุคลากรมากกว่า ลูกค้าที่เคยใช้บริการ บจก. ฮอนด้าลิสซิ่ง 2) ลูกค้าที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จากธนาคารทีสโก้ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านบุคลากรมากกว่า ลูกค้าที่เคยใช้บริการจาก บจก. กสิกร ลิสซิ่ง บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง และบมจ. ธนาคารเกียรตินาคิน และ 3) ลูกค้าที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจาก บมจ.ธนาคารธนชาติ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านบุคลากรมากกว่า ลูกค้าที่เคยใช้บริการจาก บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม

ตาราง 23 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	6	0.80	0.13	0.71	0.64
	ภายในกลุ่ม	113	21.11	0.19		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6	0.68	0.11	0.24	0.96
	ภายในกลุ่ม	113	52.85	0.47		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	6	0.16	0.03	0.07	1.00
	ภายในกลุ่ม	113	42.57	0.38		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	6	3.39	0.57	2.36	0.03*
	ภายในกลุ่ม	113	27.09	0.24		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6	1.83	0.30	0.86	0.53
	ภายในกลุ่ม	113	40.06	0.35		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6	1.63	0.27	0.66	0.68
	ภายในกลุ่ม	113	46.45	0.41		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6	0.12	0.02	0.13	0.99
	ภายในกลุ่ม	113	16.87	0.15		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการอนุมัติสินเชื่อ แสดงว่า ลูกค้านาคารชนชาติที่มีฮ็อดยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 24

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ จำแนกตามฮ็อดยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เป็นรายคู่ด้วย วิธี Fisher's LSD

ฮ็อดยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน	เบนซ์	บีเอ็มดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อิซูซุ	นิสสัน	มิตซูบิชิ
เบนซ์							
บีเอ็มดับเบิลยู							
โตโยต้า							
ฮอนด้า	.4857*						
อิซูซุ	.6485*	4485*	2599*				
นิสสัน							
มิตซูบิชิ							

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ จำแนกตามบริษัทสินเชื่อรถแลกเงินที่เคยใช้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีฮ็อดยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินเป็น ฮอนด้า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการอนุมัติสินเชื่อ มากกว่า ลูกค้าที่มีฮ็อดยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินเป็นเบนซ์ 2) ลูกค้าที่

มีผู้ถือหุ้นที่นำมาให้บริการสินเชื่อแลกเงินเป็น อีซูซู มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจให้บริการสินเชื่อแลกเงินด้านการอนุมัติสินเชื่อ มากกว่า ลูกค้าที่มีผู้ถือหุ้นที่นำมาให้บริการสินเชื่อแลกเงินเป็นเบนซ์ บีเอ็มดับเบิลยู และ โตโยต้า

ตาราง 25 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.50	0.25	1.36	0.26
	ภายในกลุ่ม	117	21.41	0.18		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.58	1.29	2.96	0.06
	ภายในกลุ่ม	117	50.96	0.44		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.16	0.08	0.22	0.80
	ภายในกลุ่ม	117	42.57	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.17	1.08	4.48	0.01*
	ภายในกลุ่ม	117	28.31	0.24		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	1.10	0.55	1.58	0.21
	ภายในกลุ่ม	117	40.79	0.35		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.12	0.06	0.15	0.86
	ภายในกลุ่ม	117	47.95	0.41		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.38	0.19	1.35	0.26
	ภายในกลุ่ม	117	16.61	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการอนุมัติสินเชื่อ แสดงว่า ลูกค้านาคาประชาชนที่มีการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 26

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ จำแนกตามการหาข้อมูลก่อนการให้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

การหาข้อมูลก่อนการให้บริการ สินเชื่อรถแลกเงิน	ไม่มีการหาข้อมูล เลย	มีการหาข้อมูล บ้าง	มีการหาข้อมูล อย่างละเอียด
ไม่มีการหาข้อมูลเลย			
มีการหาข้อมูลบ้าง			
มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด	.3119*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ จำแนกตามการหาข้อมูลก่อนการให้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ 1) ลูกค้าที่หาข้อมูลอย่างละเอียด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการอนุมัติสินเชื่อ มากกว่า ลูกค้าที่ไม่มีการหาข้อมูลเลย

ตาราง 27 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.44	0.29	1.61	0.16
	ภายในกลุ่ม	114	20.47	0.18		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	9.90	1.98	5.18	0.00*
	ภายในกลุ่ม	114	43.63	0.38		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	0.96	0.19	0.52	0.76
	ภายในกลุ่ม	114	41.77	0.37		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.94	0.19	0.73	0.61
	ภายในกลุ่ม	114	29.54	0.26		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5	1.14	0.23	0.64	0.67
	ภายในกลุ่ม	114	40.74	0.36		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.15	0.63	1.60	0.17
	ภายในกลุ่ม	114	44.93	0.39		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.08	0.22	1.55	0.18
	ภายในกลุ่ม	114	15.91	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้านาคารชนชาติที่มีสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ ด้านการบริการแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ มีปัจจัยที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 28

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ ด้านการให้บริการ จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ	บุคคล ใกล้ชิด (เพื่อน/คน ครอบครัว)	ชื่อเสียง ของ บริษัท	การ โฆษณา ทางวิทยุ	พนักงาน ของ บริษัท	หนังสือ พิมพ์	ใบปลิว แผ่น พับ
บุคคล (เพื่อน/คน ใกล้ชิด/ครอบครัว)		.4172*	.6466*			
ชื่อเสียงของบริษัท						
การโฆษณาทางวิทยุ						
พนักงานของบริษัท		.5744*	.8038*			
หนังสือพิมพ์						
ใบปลิวแผ่นพับ						

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ ด้านการให้บริการ จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ ลูกค้าที่มีสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อบริการต่าง ๆ เป็นบุคคล (เพื่อน/คนใกล้ชิด/ครอบครัว) และพนักงานของบริษัท มีปัจจัยที่มีผล

ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เป็นชื่อเสียงของบริษัท และการโฆษณาทางวิทยุ

ตาราง 29 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารขนาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	9	2.49	0.28	1.56	0.13
	ภายในกลุ่ม	110	19.43	0.18		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9	10.62	1.18	3.02	0.00*
	ภายในกลุ่ม	110	42.92	0.39		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	9	4.33	0.48	1.38	0.21
	ภายในกลุ่ม	110	38.40	0.35		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	9	4.15	0.46	1.92	0.06
	ภายในกลุ่ม	110	26.33	0.24		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9	2.62	0.29	0.81	0.60
	ภายในกลุ่ม	110	39.27	0.36		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	9	5.18	0.58	1.48	0.17
	ภายในกลุ่ม	110	42.90	0.39		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	9	1.35	0.15	1.05	0.40
	ภายในกลุ่ม	110	15.64	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ ด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้านักธนาคารชนชาติที่มีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการบริการแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 30

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคาร	เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว	ความน่าเชื่อถือของธนาคาร	ความสะดวกในการมาใช้บริการ	อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ
เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว		.4697*		1.1050*
ความสะดวกในการมาใช้บริการ				
ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อต่ำ		.7647*		1.4000*
การให้บริการของพนักงาน		.5882*		1.2235*
มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ		.7647*		1.4000*
อื่น ๆ		1.0314*		1.6667

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อเงินกับธนาคารเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ ลูกค้ำที่มีเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อเงินกับธนาคาร เป็นลูกค้ำของธนาคารอยู่แล้ว ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อต่ำ การให้บริการของพนักงาน มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศและอื่น ๆ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้ำที่มีเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงิน เป็นความน่าเชื่อถือของธนาคาร และอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ

ตาราง 31 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามวงเงิน
สินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	4	0.32	0.08	0.42	0.79
	ภายในกลุ่ม	115	21.59	0.19		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.45	0.61	1.38	0.25
	ภายในกลุ่ม	115	51.08	0.44		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	1.35	0.34	0.94	0.45
	ภายในกลุ่ม	115	41.38	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.47	0.62	2.53	0.04*
	ภายในกลุ่ม	115	28.01	0.24		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	1.29	0.32	0.91	0.46
	ภายในกลุ่ม	115	40.60	0.35		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4	0.94	0.23	0.57	0.68
	ภายในกลุ่ม	115	47.14	0.41		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.66	0.17	1.17	0.33
	ภายในกลุ่ม	115	16.33	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน
จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้วยค่าสถิติ One -Way

ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการอนุมัติสินเชื่อ แสดงว่า ลูกค้านาคกร ชนชาติที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 32

ตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

วงเงินสินเชื่อที่ ได้รับจากการใช้บริการ สินเชื่อรถแลกเงิน	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 400,000 บาท	400,001 - 600,000 บาท	600,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 100,000 บาท					
100,001 - 200,000 บาท					
200,001 - 400,000 บาท		.2278*			
400,001 - 600,000 บาท					
600,001 บาท ขึ้นไป		.5567*	.4933*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ จำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ ลูกค้านาคกรที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน 200,001 - 400,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการอนุมัติสินเชื่อ มากกว่าลูกค้านาคกรที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ไม่เกิน 100,000 บาท และ 100,001 - 200,000 บาท และ ลูกค้านาคกร

ที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน 600,001 บาทขึ้นไปมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินด้านการอนุมัติสินเชื่อ มากกว่าลูกค้าที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน 100,001 - 200,000 บาท

ตาราง 33 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามงวดการชำระเงิน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.53	0.31	1.71	0.14
	ภายในกลุ่ม	114	20.38	0.18		
	รวม	119	21.91			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	5.15	1.03	2.42	0.04*
	ภายในกลุ่ม	114	48.39	0.42		
	รวม	119	53.53			
ด้านทำเลที่ตั้งและการอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	1.54	0.31	0.85	0.52
	ภายในกลุ่ม	114	41.19	0.36		
	รวม	119	42.73			
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.73	0.15	0.56	0.73
	ภายในกลุ่ม	114	29.75	0.26		
	รวม	119	30.48			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5	2.69	0.54	1.57	0.18
	ภายในกลุ่ม	114	39.20	0.34		
	รวม	119	41.89			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.98	0.40	0.98	0.43
	ภายในกลุ่ม	114	46.09	0.40		
	รวม	119	48.08			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.92	0.18	1.31	0.27
	ภายในกลุ่ม	114	16.07	0.14		
	รวม	119	16.99			

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการรถแลกเงิน จำแนกตามงวดการชำระเงินด้วยค่าสถิติ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมี 1 ด้าน ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ $\alpha = .05$ ได้แก่ ด้านการให้บริการ แสดงว่า ลูกค้ายุทธการชนชาติที่มีงวดการชำระเงินต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการรถแลกเงิน ด้านการบริการแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการรถแลกเงิน คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher 's LSD procedure ได้ผลแสดงดังตาราง 34

ตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามงวดการชำระเงินเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

งวดการชำระเงิน	12 งวด	24 งวด	36 งวด	48 งวด	60 งวด	72 งวด
12 งวด						
24 งวด						
36 งวด						
48 งวด						
60 งวด						
72 งวด	.99948*	.8785*	.7217*		.7985*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ จำแนกตามงวดการชำระเงินเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันได้แก่ ลูกค้ายุทธการชนชาติที่มีงวดการชำระเงิน 72 งวด มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริการรถแลกเงินด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้ายุทธการชนชาติที่มีงวดการชำระเงิน 12 งวด 24 งวด 36 งวด 60 งวด

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงผลดังตาราง 35 - 75 ซึ่งมีผลการเปรียบเทียบและสมมติฐานทางการวิจัย ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารธนชาตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารธนชาตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

เพศ	บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	ธนาคาร ธนชาต	กสิกร และ ทิสโก้	กสิกร ลิสซิ่ง และ ทิสโก้	จีอีแคปิตอลอโต้ลิส เงินทุนสินอุตสาหกรรม ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง และ โตโยต้าลิสซิ่ง	อยุธยาแคปิตอล อโต้ลิส อีซูซูลิสซิ่ง ธนาคารเกียรตินาคิน ฮอนด้าลิสซิ่ง และ อื่น ๆ			
ชาย	32 (23.9)	13 (13.2)	11 (15.3)	5 (8.6)	61 (61.0)	11.134	.011*	
หญิง	15 (23.1)	13 (12.8)	19 (14.8)	12 (8.4)	59 (59.0)			
รวม	47 (47.0)	26 (26.0)	30 (30.0)	17 (17.0)	120 (1120.0)			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 35 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 11.134 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้าธนาคารธนชาตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

เพศ	ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	เบนซ์ และบีเอ็ม ดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อีซูซุ	นิสสัน มิตซูบิชิ และอื่นๆ			
ชาย	8 (9.7)	21 (17.8)	11 (10.7)	11 (16.8)	10 (6.1)	61 (61.0)	10.893	.028*
หญิง	11 (9.3)	14 (17.2)	10 (10.3)	22 (16.2)	2 (5.9)	59 (59.0)		
รวม	19 (19.0)	35 (35.0)	21 (21.0)	33 (33.0)	12 (12.0)	120 (120.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 36 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 10.893 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้าธนาคารธนชาตมีความสัมพันธ์กับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

เพศ	การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่มีการหาข้อมูลเลย	มีการหาข้อมูลบ้าง	มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด			
ชาย	5 (6.6)	39 (38.6)	17 (15.8)	61 (61.0)	1.002	.606
หญิง	8 (6.4)	37 (37.4)	14 (15.2)	59 (59.0)		
รวม	13 (13.0)	76 (76.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 37 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.002 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .606 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

เพศ	สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	บุคคล ใกล้ชิด (เพื่อน/ บริษัท/ ครอบครัว)	ชื่อเสียง ของ บริษัท	การ โฆษณา ทางวิทยุ	พนักงาน ของ บริษัท	หนังสือพิมพ์ และใบปลิว/ แผ่นพับ			
ชาย	16 (14.2)	19 (17.3)	3 (8.6)	16 (14.2)	7 (6.6)	61 (61.0)	8.777	.067
หญิง	12 (13.8)	15 (16.7)	14 (8.4)	12 (13.8)	6 (6.4)	59 (59.0)		
รวม	28 (28.0)	34 (34.0)	17 (17.0)	28 (28.0)	13 (13.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 38 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.777 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .067 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

เพศ	เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ				รวม	χ^2	Sig.
	เป็นลูกค้ำ ของธนาคาร อยู่แล้ว	ความ น่าเชื่อถือ ของธนาคาร	ความสะดวกในการมาใช้ บริการ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า บริษัทอื่น ๆ ค่าธรรมเนียมในการขอ สินเชื่อต่ำ ระเบียบและเงื่อนไขใน การขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และมีสถานที่ที่สะดวกใน การติดต่อทำให้การส่ง ชำระทำได้ง่าย	การให้บริการของ พนักงาน มีสาขาครอบคลุม ทั่วประเทศ และอื่นๆ			
ชาย	28 (20.3)	15 (17.3)	4 (11.7)	14 (11.7)	61 (61.0)	17.712	.001*
หญิง	12 (19.7)	19 (16.7)	19 (11.3)	9 (11.3)	59 (59.0)		
รวม	40 (40.0)	34 (34.0)	23 (23.0)	23 (23.0)	120 (120.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 39 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 17.712 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้ำธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

ตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

เพศ	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 400,000 บาท	400,001 - 600,000 บาท	ตั้งแต่ 600,001 บาท ขึ้นไป			
ชาย	4 (6.1)	17 (22.9)	30 (23.9)	7 (5.6)	3 (2.5)	61 (61.0)	8.605	.072
หญิง	8 (5.9)	28 (22.1)	17 (23.1)	4 (5.4)	2 (2.5)	59 (59.0)		
รวม	12 (12.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	11 (11.0)	5 (5.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 40 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.605 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .072 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับงวดการชำระเงิน

เพศ	งวดการชำระเงิน						รวม	χ^2	Sig.
	12 งวด	24 งวด	36 งวด	48 งวด	60 งวด	72 งวด			
ชาย	10 (11.7)	6 (13.7)	11 (10.7)	14 (9.2)	15 (13.2)	5 (2.5)	61 (61.0)	19.915	.001*
หญิง	13 (11.3)	21 (13.3)	10 (10.3)	4 (8.9)	11 (12.8)	0 (2.5)	59 (59.0)		
รวม	23 (23.0)	27 (27.0)	21 (21.0)	18 (18.0)	26 (26.0)	5 (5.0)	120 (120.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 41 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 19.915 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า เพศของลูกค้าธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับงวดการชำระเงิน

ตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

อายุ	บริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	ธนาคาร ธนชาติ	กสิกร และ ทิสโก้	ทิสซิ่ง	จีอีแคปปิตอลอโต้ลิส เงินทุนสินอุตสาหกรรม ไทยพาณิชย์ลิซซิ่ง และ โตโยต้าลิซซิ่ง	อยุธยาแคปปิตอล อโต้ลิส อีซูซุลิซซิ่ง ธนาคารเกียรตินาคิน ฮอนด้าลิซซิ่ง และ อื่น ๆ			
20 - 30 ปี	9 (10.6)	8	8	8	2 (3.8)	27 (27.0)		
31 - 40 ปี	28 (27.4)	15 (15.2)	16 (17.5)	16 (17.5)	11 (9.9)	70 (70.0)	3.466	.748
41 ปี ขึ้นไป	10 (9.0)	3 (5.0)	6 (5.8)	6 (5.8)	4 (3.3)	23 (23.0)		
รวม	47 (47.0)	26 (26.0)	30 (30.0)	30 (30.0)	17 (17.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 42 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.466 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .748 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อายุ	ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน				รวม	χ^2	Sig.
	เบนซ์ และ บีเอ็มดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อิซูซุ นิสสัน มิตซูบิชิ และ อื่น ๆ			
20 - 30 ปี	11 (7.0)	7 (7.9)	6 (4.7)	3 (7.4)	27 (27.0)		
31 - 40 ปี	15 (18.1)	20 (20.4)	13 (12.3)	22 (19.3)	70 (70.0)	8.234	.221
41 ปีขึ้นไป	5 (5.9)	8 (6.7)	2 (4.0)	8 (6.3)	23 (23.0)		
รวม	31 (31.0)	35 (35.0)	21 (21.0)	33 (33.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 43 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.234 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .221 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อายุ	การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่มีการหาข้อมูลเลย	มีการหาข้อมูลบ้าง	มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด			
20 - 30 ปี	3 (2.9)	17 (17.1)	7 (7.0)	27 (27.0)	5.467	.243
31 - 40 ปี	9 (7.6)	47 (44.3)	14 (18.1)	70 (70.0)		
41 ปีขึ้นไป	1 (2.5)	12 (14.6)	10 (5.9)	23 (23.0)		
รวม	13 (13.0)	76 (76.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 44 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.467 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .243 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของผู้กู้ยืมสินเชื่อรถแลกเงินไม่มีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต

อายุ	สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต				รวม	χ^2	Sig.
	บุคคลใกล้ชิด (เพื่อน/ ครอบครัว)	ชื่อเสียงของ บริษัท	การโฆษณา ทางวิทยุ	พนักงานของบริษัท หนังสือพิมพ์ และ ใบปลิวแผ่นพับ			
20 - 30 ปี	6 (6.3)	10 (7.7)	5 (6.8)	6 (6.3)	27 (27.0)	2.513	.868
31 - 40 ปี	18 (16.3)	17 (19.8)	18 (17.5)	17 (16.3)	70 (70.0)		
41 ปีขึ้นไป	4 (5.4)	7 (6.5)	7 (5.8)	5 (5.4)	23 (23.0)		
รวม	28 (28.0)	34 (34.0)	30 (30.0)	28 (28.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 45 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 2.513 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .868 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต

ตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

อายุ	เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ				รวม	χ^2	Sig.
	เป็นลูกค้ำ ของธนาคาร อยู่แล้ว	ความ น่าเชื่อถือ ของ ธนาคาร	ความสะดวกในการมา ใช้บริการ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า บริษัทอื่น ๆ	การให้บริการ ของพนักงาน มีสาขา ครอบคลุมทั่ว ประเทศ และอื่นๆ			
			ค่าธรรมเนียมในการขอ สินเชื่อ ระเบียบและเงื่อนไขใน การขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และมีสถานที่ที่สะดวกใน การติดต่อทำการส่ง ชำระกู้ทำได้ง่าย				
20 - 30 ปี	15 (9.0)	7 (7.7)	2 (5.2)	3 (5.2)	27 (27.0)		
31 - 40 ปี	14 (23.3)	24 (19.8)	18 (13.4)	14 (13.4)	70 (70.0)	17.489	.008*
41 ปีขึ้นไป	11 (7.7)	3 (6.5)	3 (4.4)	6 (4.4)	23 (23.0)		
รวม	40 (40.0)	34 (34.0)	23 (23.0)	23 (23.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 46 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 17.489 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของลูกค้าธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

ตาราง 47 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อายุ	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 ขึ้นไป			
20 - 30 ปี	4 (3.6)	13 (10.1)	10 (13.3)	27 (27.0)		
31 - 40 ปี	10 (9.3)	25 (26.3)	35 (34.4)	70 (70.0)	3.104	.541
41 ปีขึ้นไป	2 (3.1)	7 (8.6)	14 (11.3)	23 (23.0)		
รวม	16 (16.0)	45 (45.0)	59 (59.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 47 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.104 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .541 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 48 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับงวดการชำระเงิน

อายุ	งวดการชำระเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	12 และ 24 งวด	36 และ 48 งวด	60 และ 72 งวด			
20 - 30 ปี	12 (11.3)	10 (8.8)	5 (7.0)	27 (27.0)	5.759	.218
31 - 40 ปี	33 (29.2)	20 (22.8)	17 (18.1)	70 (70.0)		
41 ปีขึ้นไป	5 (9.6)	9 (7.5)	9 (5.9)	23 (23.0)		
รวม	50 (50.0)	39 (39.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 48 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.759 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .218 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อายุของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับงวดการชำระเงิน

ตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

อาชีพ	บริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ธนาคารธนชาต	กสิกร ลิสซิ่ง และธนาคารทีสโก้	จีอีแคปปีตอลออโต้ ลิส ฟินทุนสิน	อูตสาหกรรม ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง และโตโยต้าลิสซิ่ง			
ข้าราชการ/พนักงาน	14	16	18	48	7.125	.028*	
รัฐวิสาหกิจ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	(18.8)	(10.4)	(18.8)	(48.0)			
นักเรียน/นักศึกษา							
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	33	10	29	72			
	(28.2)	(15.6)	(28.2)	(72.0)			
รวม	47	26	47	120			
	(47.0)	(26.0)	(47.0)	(120.0)			

จากตาราง 49 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 7.125 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้ำธนาคารธนชาตมีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ตาราง 50 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อาชีพ	ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	เบนซ์ และ บีเอ็ม ดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อิซูซุ	นิสสัน มิตรubishi และอื่นๆ			
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย นักเรียน/นักศึกษา	7 (7.6)	12 (14.0)	7 (8.4)	16 (13.2)	6 (4.8)	48 (48.0)	2.434	.657
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	12 (11.4)	23 (21.0)	14 (12.6)	17 (19.8)	6 (7.2)	72 (72.0)		
รวม	19 (19.0)	35 (35.0)	21 (21.0)	33 (33.0)	12 (12.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 50 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 2.434 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .218 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 51 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อาชีพ	การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่มีการหาข้อมูลเลย	มีการหาข้อมูลบ้าง	มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	6 (5.2)	32 (30.4)	10 (12.4)	48 (48.0)	1.120	.571
นักเรียน/นักศึกษา						
ลูกจ้าง / พนักงาน บริษัทเอกชน	7 (7.8)	44 (45.6)	21 (18.6)	72 (72.0)		
รวม	13 (13.0)	76 (76.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 51 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.120 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .571 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 52 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อาชีพ	สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	บุคคล ใกล้ชิด (เพื่อน/ ครอบครัว)	ชื่อเสียง ของ บริษัท	การ โฆษณา ทาง วิทยุ	พนักงาน ของ บริษัท	หนังสือพิมพ์ และใบปลิว/ แผ่นพับ			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย นักเรียน/นักศึกษา								
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	14 (11.2)	10 (13.6)	6 (6.8)	12 (11.2)	6 (5.2)	48 (48.0)	3.212	.523
รวม	28 (28.0)	34 (34.0)	17 (17.0)	28 (28.0)	13 (13.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 52 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.212 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .523 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 53 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

	เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน				รวม	χ^2	Sig.
	เป็น ลูกค้า ของ ธนาคาร อยู่แล้ว	ความ น่าเชื่อถือ ของ ธนาคาร	ความสะดวกในการมา ใช้บริการ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า บริษัทอื่นๆ ค่าธรรมเนียมในการ ขอสินเชื่อต่ำ ระเบียบและเงื่อนไข ในการขอสินเชื่อไม่ ยุ่งยาก และมีสถานที่ที่สะดวก ในการติดต่อทำให้การ ส่งชำระทำได้ง่าย	การให้บริการ ของพนักงาน มีสาขา ครอบคลุมทั่ว ประเทศ และอื่นๆ			
อาชีพ							
ข้าราชการ/พนักงาน	16	12	9	11	48	.908	.824
รัฐวิสาหกิจ/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	(16.0)	(13.6)	(9.2)	(9.2)	(48.0)		
นักเรียน/นักศึกษา							
ลูกจ้าง/พนักงาน	24	22	14	12	72		
บริษัทเอกชน	(24.0)	(20.4)	(13.8)	(13.8)	(72.0)		
รวม	40	34	23	23	120		
	(40.0)	(34.0)	(23.0)	(23.0)	(120.0)		

จากตาราง 53 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า .908 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .824 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

ตาราง 54 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

อาชีพ	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 ขึ้นไป			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3 (6.4)	23 (18.0)	22 (23.6)	48 (48.0)	5.506	.064
นักเรียน/นักศึกษา						
ลูกจ้าง / พนักงาน บริษัทเอกชน	13 (9.6)	22 (27.0)	37 (35.4)	72 (72.0)		
รวม	16 (16.0)	45 (45.0)	59 (59.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 54 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.506 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .064 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้าธนาคารธนชาตไม่มีความสัมพันธ์กับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 55 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับงวดการชำระเงิน

อาชีพ	งวดการชำระเงิน						รวม	χ^2	Sig.
	12 งวด	24 งวด	36 งวด	48 งวด	60 งวด	72 งวด			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	11 (9.2)	12 (10.8)	10 (8.4)	5 (7.2)	7 (10.4)	3 (2.0)	48 (48.0)	5.123	.401
นักเรียน/นักศึกษา									
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	12 (13.8)	15 (16.2)	11 (12.6)	13 (10.8)	19 (15.6)	2 (3.0)	72 (72.0)		
รวม	23 (23.0)	27 (27.0)	21 (21.0)	18 (18.0)	26 (26.0)	5 (5.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 55 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.123 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .401 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า อาชีพของลูกค้านานาชาติไม่มีความสัมพันธ์กับงวดการชำระเงิน

ตาราง 56 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ระดับการศึกษา	บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ			รวม	χ^2	Sig.
	ธนาคารธนชาติ และ ธนาคารทีสโก้	กสิกร ลิสซิ่ง และ ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง โตโยต้าลิสซิ่ง อูยูธยาแคปิตอล ออโต้ ลิส อีซูซูลิสซิ่ง ธนาคารเกียรตินาคิน ฮอนด้าลิสซิ่ง และอื่น ๆ	จีอีแคปิตอลออโต้ลิส เงินทุนสินอุตสาหกรรม			
ประถมศึกษา	11 (16.5)	13 (9.1)	18 (16.5)	42 (42.0)	13.776	.032*
มัธยมศึกษา/ปวช.	18 (15.3)	7 (8.5)	14 (15.3)	39 (39.0)		
อนุปริญญา/ปวส.หรือ เทียบเท่า	12 (6.7)	2 (3.7)	3 (6.7)	17 (17.0)		
ปริญญาตรีขึ้นไป	6 (8.6)	4 (4.8)	12 (8.6)	22 (22.0)		
รวม	47 (47.0)	26 (26.0)	47 (47.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 56 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 13.776 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคารธนชาติมีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ตาราง 57 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ระดับการศึกษา	ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	เบนซ์ และบีเอ็ม ดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อิซูซุ	นิสสัน มิต ซูบิชิ และ อื่นๆ			
ประถมศึกษา	7 (6.7)	12 (12.3)	11 (7.4)	9 (11.6)	3 (4.2)	42 (42.0)	11.097	.196
มัธยมศึกษา/ปวช.	10 (6.2)	10 (11.4)	3 (6.8)	12 (10.7)	4 (3.9)	39 (39.0)		
อนุปริญญา/ปวส.หรือ เทียบเท่า	2 (6.2)	13 (11.4)	7 (6.8)	12 (10.7)	5 (3.9)	39 (39.0)		
ปริญญาตรีขึ้นไป	19 (19.0)	35 (35.0)	21 (21.0)	33 (33.0)	12 (12.0)	120 (120.0)		
รวม	7 (6.7)	12 (12.3)	11 (7.4)	9 (11.6)	3 (4.2)	42 (42.0)		

จากตาราง 57 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 11.097 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .196 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคาร ชนชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 58 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ระดับการศึกษา	การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน		รวม	χ^2	Sig.
	ไม่มีการหาข้อมูลเลย และ มีการหาข้อมูลบ้าง	มีการหาข้อมูลอย่าง ละเอียด			
ประถมศึกษา	36 (31.2)	6 (10.9)	42 (42.0)		
มัธยมศึกษา/ปวช.	28 (28.9)	11 (10.1)	39 (39.0)	5.099	.078
อนุปริญญา/ปวส.หรือ เทียบเท่าขึ้นไป	25 (28.9)	14 (10.1)	39 (39.0)		
รวม	89 (89.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 58 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.099 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .078 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคาร ธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 59 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ระดับการศึกษา	สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน				รวม	χ^2	Sig.
	บุคคลใกล้ชิด (เพื่อน/ ครอบครัว)	ชื่อเสียง ของ บริษัท	การโฆษณาทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ โบปลิว/แผ่นพับ	พนักงาน ของบริษัท			
ประถมศึกษา	11 (9.8)	11 (11.9)	14 (10.5)	6 (9.8)	42 (42.0)	25.815	.002*
มัธยมศึกษา/ปวช.	12 (9.1)	10 (11.1)	12 (9.8)	5 (9.1)	39 (39.0)		
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	0 (4.0)	9 (4.8)	2 (4.3)	6 (4.0)	17 (17.0)		
ปริญญาตรีขึ้นไป	5 (5.1)	4 (6.2)	2 (5.5)	11 (5.1)	22 (22.0)		
รวม	28 (28.0)	34 (34.0)	30 (30.0)	28 (28.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 59 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 25.815 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 60 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคาร
 ธนาคาร

ระดับการศึกษา	เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารธนาคาร				รวม	χ^2	Sig.
	เป็น ลูกค้า ของ ธนาคาร อยู่แล้ว	ความ น่าเชื่อถือ ของ ธนาคาร	ความสะดวกในการมา ใช้บริการ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า บริษัทอื่น ๆ	การ ให้บริการ ของพนักงาน มีสาขา ครอบคลุม ทั่วประเทศ และอื่นๆ			
ประถมศึกษา	14 (14.0)	16 (11.9)	9 (8.1)	3 (8.1)	42 (42.0)		
มัธยมศึกษา/ปวช.	9 (13.0)	14 (11.1)	6 (7.5)	10 (7.5)	39 (39.0)	14.474	.025*
อนุปริญญาปวส. หรือเทียบเท่า ขึ้นไป	17 (13.0)	4 (11.1)	8 (7.5)	10 (7.5)	39 (39.0)		
รวม	40 (40.0)	34 (34.0)	23 (23.0)	23 (23.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 60 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 14.474 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคาร
 ธนาคารมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารธนาคาร

ตาราง 61 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ระดับการศึกษา	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน				รวม	χ^2	Sig.
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 400,000 บาท	400,001 บาท ขึ้นไป			
ประถมศึกษา	10 (5.6)	19 (15.8)	11 (16.5)	2 (4.2)	42 (42.0)	25.736	.000*
มัธยมศึกษา/ปวช.	2 (5.2)	18 (14.6)	11 (15.3)	8 (3.9)	39 (39.0)		
อนุปริญญาโทหรือ เทียบเท่าขึ้นไป	4 (5.2)	8 (14.6)	25 (15.3)	2 (3.9)	39 (39.0)		
รวม	16 (16.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	12 (12.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 61 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 25.736 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 62 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับงวดการชำระเงิน

ระดับการศึกษา	งวดการชำระเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	12 และ 24 งวด	36 และ 48 งวด	60 และ 72 งวด			
ประถมศึกษา	23 (17.5)	12 (13.7)	7 (10.9)	42 (42.0)	14.716	.023*
มัธยมศึกษา/ปวช.	20 (16.3)	9 (12.7)	10 (10.1)	39 (39.0)		
อนุปริญญาโทส.หรือ เทียบเท่า	4 (7.1)	7 (5.5)	6 (4.4)	17 (17.0)		
ปริญญาตรีขึ้นไป	3 (9.2)	11 (7.2)	8 (5.7)	22 (22.0)		
รวม	50 (50.0)	39 (39.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 62 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 14.716 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับงวดการชำระเงิน

ตาราง 63 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบริษัทสินเชื่อบริการที่เคยใช้บริการ

สถานภาพ สมรส	บริษัทสินเชื่อบริการที่เคยใช้บริการ					รวม	χ^2	Sig.
	ธนาคาร ธนชาติ ทิสโก้	กสิกร ลิสซิ่ง และ ธนาคาร	จีอีแคปปิตอลอโต้ลิส เงินทุนสินอุตสาหกรรม ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง และ โตโยต้าลิสซิ่ง	อยุธยาแคปปิตอล อโต้ลิส อีซูซูลิสซิ่ง ธนาคารเกียรตินาคิน ฮอนด้าลิสซิ่ง และอื่น ๆ				
โสด	17 (22.3)	12 (12.4)	20 (14.3)	8 (8.1)	57 (57.0)			
สมรส	21 (18.8)	10 (10.4)	9 (12.0)	8 (6.8)	48 (48.0)	9.283	.158	
หม้าย/สมรส	9 (5.9)	4 (3.3)	1 (3.8)	1 (2.1)	15 (15.0)			
รวม	47 (47.0)	26 (26.0)	30 (30.0)	17 (17.0)	120 (120.0)			

จากตาราง 63 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 9.283 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .158 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อบริการที่เคยใช้บริการ

ตาราง 64 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

สถานภาพสมรส	ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	เบนซ์ และ บีเอ็ม ดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อีซูซุ	นิสสัน มิตซูบิชิ และอื่นๆ			
โสด	8 (9.0)	18 (16.6)	12 (10.0)	14 (15.7)	5 (5.7)	57 (57.0)	1.726	.786
สมรส และหม้าย/ หย่าร้าง	11 (10.0)	17 (18.4)	9 (11.0)	19 (17.3)	7 (6.3)	63 (63.0)		
รวม	19 (19.0)	35 (35.0)	21 (21.0)	33 (33.0)	12 (12.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 64 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.726 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .786 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคาร ธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 65 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

สถานภาพสมรส	การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่มีการหาข้อมูลเลย	มีการหาข้อมูลบ้าง	มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด			
โสด	7 (6.2)	35 (36.1)	15 (14.7)	57 (57.0)	3.395	.494
สมรส	3 (5.2)	31 (30.4)	14 (12.4)	48 (48.0)		
หม้าย/สมรส	3 (1.6)	10 (9.5)	2 (3.9)	15 (15.0)		
รวม	13 (13.0)	76 (76.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 65 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.395 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .494 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคาร ธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 66 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

สถานภาพสมรส	สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	บุคคล ใกล้ชิด (เพื่อน/ บริษัท/ ครอบครัว)	ชื่อเสียง ของ บริษัท	การ โฆษณา ทางวิทยุ	พนักงาน ของ บริษัท	หนังสือพิมพ์ และใบปลิว/ แผ่นพับ			
โสด	9 (13.3)	21 (16.2)	7 (8.1)	13 (13.3)	7 (6.2)	57 (57.0)	5.918	.205
สมรส และ หม้าย/หย่าร้าง	19 (14.7)	13 (17.9)	10 (8.9)	15 (14.7)	6 (6.8)	63 (63.0)		
รวม	28 (28.0)	34 (34.0)	17 (17.0)	28 (28.0)	13 (13.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 66 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 5.918 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .205 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคาร ธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 67 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคาร
 ชนชาติ

สถานภาพ สมรส	เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ					รวม	χ^2	Sig.
	เป็นลูกค้าของ ธนาคารอยู่ แล้ว	ความ น่าเชื่อถือ ของธนาคาร	ความสะดวกในการมา ใช้บริการ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า บริษัทอื่น ๆ	การให้บริการ ของพนักงาน มีสาขาครอบคลุม ทั่วประเทศ และอื่นๆ	ค่าธรรมเนียมในการขอ สินเชื่อ ระเบียบและเงื่อนไขใน การขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และมีสถานที่ที่สะดวกใน การติดต่อทำให้การส่ง ชำระทำได้ง่าย			
โสด	15 (19.0)	14 (16.2)	16 (10.9)	12 (10.9)	15 (19.0)			
สมรส	19 (16.0)	15 (13.6)	5 (9.2)	9 (9.2)	19 (16.0)	7.085	.313	
หม้าย/ สมรส	6 (5.0)	5 (4.3)	2 (2.9)	2 (2.9)	6 (5.0)			
รวม	40 (40.0)	34 (34.0)	23 (23.0)	23 (23.0)	40 (40.0)			

จากตาราง 67 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 7.085 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .313 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคาร
 ชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

ตาราง 68 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

สถานภาพสมรส	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน				รวม	χ^2	Sig.
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 400,000 บาท	400,001 บาท ขึ้นไป			
โสด	7 (7.6)	23 (21.4)	22 (22.3)	5 (5.7)	57 (57.0)		
สมรส	6 (6.4)	17 (18.0)	20 (18.8)	5 (4.8)	48 (48.0)	1.294	.972
หม้ายหย่าร้าง	3 (2.0)	5 (5.6)	5 (5.9)	2 (1.5)	15 (15.0)		
รวม	16 (16.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	12 (12.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 68 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 1.294 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .972 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคาร ธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 69 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับงวดการชำระเงิน

สถานภาพสมรส	งวดการชำระเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	12 และ 24 งวด	36 และ 48 งวด	60 และ 72 งวด			
โสด	24 (23.8)	19 (18.5)	14 (14.7)	57 (57.0)	4.637	.327
สมรส	21 (20.0)	12 (15.6)	15 (12.4)	48 (48.0)		
หม้ายหย่าร้าง	5 (6.3)	8 (4.9)	2 (3.9)	15 (15.0)		
รวม	50 (50.0)	39 (39.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 69 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 4.637 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .327 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าธนาคาร ธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับงวดการชำระเงิน

ตาราง 70 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	บริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ				รวม	χ^2	Sig.
	ธนาคาร ธนชาติ	กสิกร ลิสซิ่ง และ ธนาคาร ทีสโก้	จีอีแคปิตอลอโต้ลิส เงินทุนสินอุตสาหกรรม ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง และ โตโยต้าลิสซิ่ง	อยุธยาแคปิตอล อโต้ลิส อิซูซูลิสซิ่ง ธนาคารเกียรตินาคิน ฮอนด้าลิสซิ่ง และ อื่นๆ			
ไม่เกิน 10,000 บาท	12 (13.3)	6 (7.4)	9 (8.5)	7 (4.8)	34 (34.0)	2.668	.849
10,001-20,000 บาท	22 (19.6)	11 (10.8)	11 (12.5)	6 (7.1)	50 (50.0)		
20,001 บาทขึ้นไป	13 (14.1)	9 (7.8)	10 (9.0)	4 (5.1)	36 (36.0)		
รวม	47 (47.0)	26 (26.0)	30 (30.0)	17 (17.0)	120 (120.0)		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 70 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 2.668 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .849 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารธนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ตาราง 71 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน					รวม	χ^2	Sig.
	เบนซ์ และ บีเอ็มดับเบิลยู	โตโยต้า	ฮอนด้า	อิซูซุ	นิสสัน มิตรubishi และอื่นๆ			
ไม่เกิน 10,000 บาท	6	10	4	12	2	34	4.088	.849
	5.4	9.9	6.0	9.4	3.4	34.0		
10,001-20,000 บาท	6	14	11	13	6	50	4.088	.849
	7.9	14.6	8.8	13.8	5.0	50.0		
20,001 บาทขึ้นไป	7	11	6	8	4	36	4.088	.849
	5.7	10.5	6.3	9.9	3.6	36.0		
รวม	19	35	21	33	12	120	4.088	.849
	19.0	35.0	21.0	33.0	12.0	120.0		

จากตาราง 71 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 4.088 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .849 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 72 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่มีการหาข้อมูลเลย	มีการหาข้อมูลบ้าง	มีการหาข้อมูลอย่างละเอียด			
ไม่เกิน 10,000 บาท	4 (3.7)	20 (21.5)	10 (8.8)	34 (34.0)	3.865	.425
10,001-20,000 บาท	7 (5.4)	34 (31.7)	9 (12.9)	50 (50.0)		
20,001 บาทขึ้นไป	2 (3.9)	22 (22.8)	12 (9.3)	36 (36.0)		
รวม	13 (13.0)	76 (76.0)	31 (31.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 72 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.865 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .425 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูลก่อนการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 73 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน				รวม	χ^2	Sig.
	บุคคล ใกล้ชิด (เพื่อน/ ครอบครัว)	ชื่อเสียง ของ บริษัท	การโฆษณาทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ ใบปลิว/แผ่นพับ	พนักงาน ของบริษัท			
ไม่เกิน 10,000 บาท	1 (2.8)	3 (3.4)	8 (3.0)	0 (2.8)	12 (12.0)		
10,001 - 20,000 บาท	13 (11.7)	15 (14.2)	13 (12.5)	9 (11.7)	50 (50.0)	27.078	.001*
20,001 - 30,000 บาท	4 (8.4)	12 (10.2)	6 (9.0)	14 (8.4)	36 (36.0)		
30,000 บาทขึ้นไป	10 (5.1)	4 (6.2)	3 (5.5)	5 (5.1)	22 (22.0)		
รวม	28 (28.0)	34 (34.0)	30 (30.0)	28 (28.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 73 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 27.078 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 74 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับ
ธนาคารชนชาติ

	เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ					รวม	χ^2	Sig.
	เป็น ลูกค้า ของ ธนาคาร อยู่แล้ว	ความ น่าเชื่อถือ ของ ธนาคาร	ความสะดวกในการใช้บริการ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า บริษัทอื่น ๆ ค่าธรรมเนียมในการขอ สินเชื่อต่ำ ระเบียบและเงื่อนไขใน การขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และ มีสถานที่ที่สะดวกในการ ติดต่อทำให้การส่งชำระกู้ทำ ได้ง่าย	การให้บริการ ของพนักงาน มีสาขาครอบคลุม ทั่วประเทศ และอื่นๆ				
ไม่เกิน 10,000 บาท	14 (11.3)	8 (9.6)	4 (6.5)	8 (6.5)	34 (34.0)	8.055	.234	
10,001-20,000 บาท	16 (16.7)	18 (14.2)	11 (9.6)	5 (9.6)	50 (50.0)			
20,001 บาทขึ้นไป	10 (12.0)	8 (10.2)	8 (6.9)	10 (6.9)	36 (36.0)			
รวม	40 (40.0)	34 (34.0)	23 (23.0)	23 (23.0)	120 (120.0)			

จากตาราง 74 พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 8.055 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .234 ซึ่งมีความค่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ

ตาราง 75 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการ
สินเชื่อรถแลกเงิน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่เกิน 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 ขึ้นไป			
ไม่เกิน 10,000 บาท	3 (4.5)	13 (12.8)	18 (16.7)	34 (34.0)	3.775	.437
10,001-20,000 บาท	9 (6.7)	21 (18.8)	20 (24.6)	50 (50.0)		
20,001 บาทขึ้นไป	4 (4.8)	11 (13.5)	21 (17.7)	36 (36.0)		
รวม	16 (16.0)	45 (45.0)	59 (59.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 75 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 3.775 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .437 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

ตาราง 76 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับงวดการชำระเงิน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	งวดการชำระเงิน						รวม	χ^2	Sig.
	12 งวด	24 งวด	36 งวด	48 งวด	60 งวด	72 งวด			
ไม่เกิน 10,000 บาท	4 (6.5)	6 (7.7)	9 (6.0)	8 (5.1)	6 (7.4)	1 (1.4)	34 (34.0)	11.886	.293
10,001-20,000 บาท	14 (9.6)	11 (11.3)	8 (8.8)	5 (7.5)	9 (10.8)	3 (2.1)	50 (50.0)		
20,001 บาทขึ้นไป	5 (6.9)	10 (8.1)	4 (6.3)	5 (5.4)	11 (7.8)	1 (1.5)	36 (36.0)		
รวม	23 (23.0)	27 (27.0)	21 (21.0)	18 (18.0)	26 (26.0)	5 (5.0)	120 (120.0)		

จากตาราง 76 พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่า 11.886 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ .293 ซึ่งมีความมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = .05$ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับงวดการชำระเงิน