

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองคำ :
กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ
ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

**FACTORS INFLUENCING THE USE OF GOLD FOR CASH LOAN:
A CASE STUDY OF THAI CREDIT RETAIL BANK AND
PAWN SHOPS IN RANGSIT MUNICIPALITY, PATHUMTHANI**



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองคำเงิน :
กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ
ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี



สมพร ศรีน้ำ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแท่งเงิน :

กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ
ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

Factors Influencing the Use of Gold for Cash Loan:

A Case Study of Thai Credit Retail Bank and Pawn Shops in
Rangsit Municipality, Pathumthani

ชื่อ-นามสกุล

นายสมพร ศรีน้ำ

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป


อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม.


ปีการศึกษา

2557


คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์เฉลิมศักดิ์ เลิศวงศ์เสถียร, Ph.D.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์คารณี พิมพ์ช่างทอง, D.B.A.)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายพรทิพย์ ชัยมงคล, ปร.ค.)

วันที่ 12 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2558

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน : กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับ ไร่รับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี
ชื่อ-นามสกุล	นายสมพร ศรีน้ำ
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม.
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับ ไร่รับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผู้ที่ใช้บริการของธนาคารฯ กับผู้ที่ใช้บริการของ ไร่รับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 420 คน โดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย ค่า t-test และค่า F-test สมการถดถอยพหุเชิงเส้นตรง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการส่วนใหญ่คือ ทองคำรูปพรรณ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทั้งธนาคารฯ และ ไร่รับจำนำ ด้านระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินทั้งธนาคารฯ กับ ไร่รับจำนำในภาพรวมแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ความถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินทั้งธนาคารฯ กับ ไร่รับจำนำในภาพรวม สามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $Y_T = 0.830 + 0.240x_1 + 0.379x_3 + 0.196x_4$ และ $Y_T = 1.376 + 0.147x_1 + 0.109x_3 + 0.399x_4$ ซึ่งสามารถทำนายได้ร้อยละ 66.5 และ ร้อยละ 53.7 ตามลำดับ

คำสำคัญ : สินเชื่อทองแดงเงิน ไร่รับจำนำ ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย

Independent Study Title	Factors Influencing the Use of Gold for Cash Loan: A Case Study of Thai Credit Retail Bank and Pawn Shops in Rangsit Municipality, Pathumthani
Name - Surname	Mr. Somporn Srichum
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Associate Professor Apirada Suthisanont, M.B.A.
Academic Year	2014

ABSTRACT

The purpose of the study was to investigate the factors influencing the use of gold for cash loan: a case study of the Thai Credit Retail Bank and the pawn shops in Rangsit Municipality, Pathumthani. The sample used in the study, drawn by the method of purposive sampling, consisted of 420 customers of the bank and the pawn shops in Rangsit Municipality, Pathumthani. The data were collected through the application of questionnaire, and were analyzed using descriptive statistics comprising Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, as well as inferential statistics which included t-test, F-test, and Multiple Linear Regression at 0.05 level of significance.

The results of the study demonstrated that the majority of the respondents were female, aged between 25-30 years old, were single, graduated with Bachelor's degree, were private company employees/factory employees, earned an average monthly income of 10,001-20,000 Baht, and the type of gold used was the gold ornament.

The results of hypothesis testing showed that different personal factors of the customers of the bank and the pawn shops on level of education, career, and monthly income had influences on the differences in the overall use of gold for cash loans from the bank and the pawn shops. The results of multiple regression analysis showed that the market mix in the aspects of product, price, place and promotion had a positive correlation with the overall use of gold for cash loans from the bank and the pawn shops, and could create the regression equation as $Y_T = 0.830 + 0.240x_1 + 0.379x_3 + 0.196x_4$ and $Y_T = 1.376 + 0.147x_1 + 0.109x_3 + 0.399x_4$ with the prediction equation at 66.5% and 53.7% respectively.

Keywords: gold for cash loan, pawn shops, Thai Credit Retail Bank

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และการอนุเคราะห์ของ รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสถานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร ทินประภา ผู้เชี่ยวชาญงานวิจัย ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.เฉลิมศักดิ์ เลิศวงศ์เสถียร ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง ที่ได้ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงาน รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ขอขอบพระคุณ และมอบความดีทั้งหมดนี้ให้แก่ บิดา มารดา ครูอุปัชฌาย์อาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ พี่ เพื่อน และน้อง ๆ MBA. MGY.56 ทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจให้กันเสมอมา ทำให้การค้นคว้าอิสระนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้ศึกษาขอกราบขอภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สมพร ศรีน้ำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(18)
บทที่ 1 บทนำ.....	19
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	19
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	20
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	21
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	21
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	22
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	24
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	25
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ.....	26
2.2 แนวคิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	27
2.3 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ.....	28
2.3.1 แนวคิดการต้องการและความจำเป็นทางเศรษฐกิจ.....	28
2.3.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์.....	29
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์.....	30
2.5 ข้อมูลธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย.....	33
2.6 ข้อมูลโรงรับจำนำ.....	35
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	46
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	139
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	139
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	140
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	142
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	142
บรรณานุกรม.....	143
ภาคผนวก.....	145
แบบสอบถาม.....	146
ประวัติผู้เขียน.....	154

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของทองคำ ที่นำมาใช้บริการ ภาพรวม.....	41
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของทองคำ ที่นำมาใช้บริการ ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ	44
ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ของความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงิน ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ.....	48
ตารางที่ 4.4 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อทองคำ ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ.....	50
ตารางที่ 4.5 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงิน กับธนาคารฯ แตกต่างกัน.....	53
ตารางที่ 4.6 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงิน กับโรงรับจำนำ แตกต่างกัน	54
ตารางที่ 4.7 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงิน กับธนาคารฯ แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ.....	55
ตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ LSD.....	56
ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามอายุ LSD	58
ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ LSD.....	60
ตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองคำ แลกเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามอายุ LSD	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.12 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ แยกต่างกัน จำแนกตามอายุ	64
ตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ LSD	65
ตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ แยกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพ	67
ตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามสถานภาพ LSD	68
ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ แยกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพ	69
ตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพ LSD	70
ตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามสถานภาพ LSD	71
ตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ LSD	72
ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามสถานภาพ LSD	73
ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ แยกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา ...	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD	75
ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามระดับการศึกษา LSD	76
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD	77
ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ ใ้รับจ้ำนนำ แดกต่างกััน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	78
ตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับใ้รับจ้ำนนำ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD	79
ตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับใ้รับจ้ำนนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามระดับการศึกษา LSD	80
ตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับใ้รับจ้ำนนำ ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD	81
ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใ้บริการ สินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ แดกต่างกััน จ้ำนกตามอาชีพ	82
ตารางที่ 4.30 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จ้ำนกตามอาชีพ LSD.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

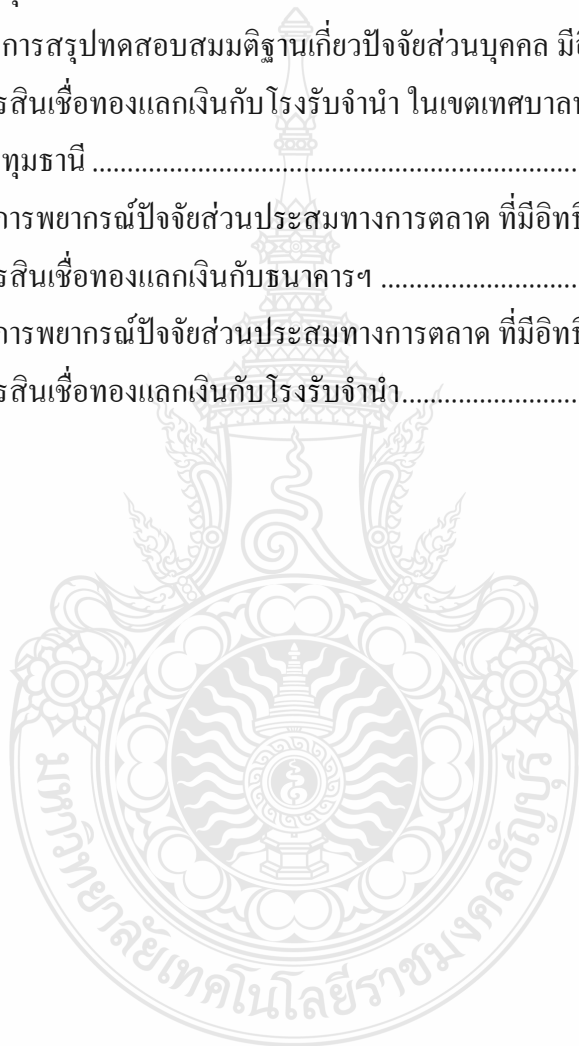
หน้า

ตารางที่ 4.43	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ LSD.....	97
ตารางที่ 4.44	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามรายได้ LSD ..	98
ตารางที่ 4.45	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ แยกต่างกัน จำแนกตามรายได้	99
ตารางที่ 4.46	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ LSD	100
ตารางที่ 4.47	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามรายได้ LSD	101
ตารางที่ 4.48	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ LSD	102
ตารางที่ 4.49	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ LSD	103
ตารางที่ 4.50	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ จำแนกตามรายได้ LSD	105
ตารางที่ 4.51	ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม	108
ตารางที่ 4.52	แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม	108
ตารางที่ 4.53	ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม (ทดสอบครั้งที่ 2)	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.89 แสดงผลการสรุปทดสอบสมมติฐานเกี่ยวปัจจัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี	131
ตารางที่ 4.90 แสดงผลการสรุปทดสอบสมมติฐานเกี่ยวปัจจัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี	131
ตารางที่ 4.91 สรุปสมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ	132
ตารางที่ 4.92 สรุปสมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ.....	132



สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด.....	หน้า 24
--------------------------------	------------



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังคงต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่อการขยายตัวเศรษฐกิจ โดยเฉพาะปัญหาการเมืองที่ยืดเยื้อ การใช้จ่ายของภาคเอกชน ภาครัฐ และการส่งออกที่ยังต้องใช้เวลานานในการฟื้นตัว และอัตราเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนไม่มีรายได้เพียงพอกับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ทำให้ประสบปัญหาเงินขาดมือ เป็นผลให้การเงินขาดสภาพคล่อง บางคนต้องตกงานเพราะถูกลอยแพจากสถานะเศรษฐกิจไม่ดีทำให้เงินหมุนเวียนในระบบมีจำกัด และประชาชนจะกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ลำบาก โดยเฉพาะระดับรากหญ้าจะหันมาพึ่งพาหยิบยืมเงินกับใครก็ได้ ต่างคนต่างต้องประคองตัวให้อยู่รอด จึงต้องหันไปพึ่งแหล่งเงินทุนจากโรงรับจำนำซึ่งเป็นทางออกที่เป็นที่พึ่งหรือเพื่อนแท้ยามยากมาใช้จ่าย โรงรับจำนำจึงเป็นองค์กรที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ของคนในสังคมไทย ยิ่งสถานะเศรษฐกิจถดถอย โรงรับจำนำจะมีลูกค้าหน้าใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก มีทั้งคนทำงานบริษัท คนที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงรายได้สูงมีจำนวนเพิ่มขึ้น น่าจะเป็นผลจากการตัดสินใจผิดพลาดทางการเงินหรือเพราะภาวะเศรษฐกิจที่บีบบังคับให้จำเป็นต้องเอาทรัพย์สินมีค่าออกมาจำนำ หลายคนเข้าโรงรับจำนำเป็นครั้งแรกในชีวิต แม้จะรู้สึกเงินขายที่ต้องเดินเข้าโรงรับจำนำ แต่ก็มี ความจำเป็นต้องมีเงินสดไว้ใช้จ่าย ผู้ใช้บริการโรงรับจำนำในประเทศไทยมักคิดว่าตัวเองอับจนหนทาง

จากเหตุดังกล่าวทำให้ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ในกลุ่มไทยประกันชีวิตของคนไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มลูกค้ารายย่อย จึงเปิดโอกาสให้กลุ่มลูกค้ารายย่อยที่ประกอบอาชีพ แต่ขาดโอกาสในการเข้าถึงสถาบันการเงิน เนื่องจากสถาบันการเงินอื่นเห็นว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง แม้ว่าธนาคารได้มีกระบวนการคัดกรองการบริหารความเสี่ยงและการจัดการหนี้ที่ดี ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้มีรายได้น้อย และกลุ่มเป้าหมายชัดเจนในตลาดที่การแข่งขันไม่รุนแรง (Focus Bank) เพื่อสนองตอบกลุ่มลูกค้าที่ไม่สามารถเข้าถึงสถาบันการเงิน โดยเน้นให้ความสำคัญแก่ลูกค้าในเรื่องของสินเชื่อ เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน ขยายหรือต่อยอดกิจการ แม้เป็นบุคคลธรรมดาก็สามารถยื่นขอสินเชื่อได้เพียงทำจริง พิสูจน์ได้ มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำ “ทองคำ” มาเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน บริการที่แตกต่างและไม่เหมือนใครเป้าหมายที่ธนาคารมุ่งเน้น คือ การดำเนินงานผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยใช้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เริ่มจากการเพิ่มช่องทางการขายผ่านเครือข่ายสาขา

รวมถึงการขายผ่านตัวแทนพันธมิตรของธนาคาร ที่จะครอบคลุมเพิ่มขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของสาขา นอกจากนี้ยังพัฒนาการขั้นตอนการทำงาน ให้ “ง่าย และสอดคล้อง” กับวิถีของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น เงื่อนไขไม่ซับซ้อน เอกสารไม่มาก และสะดวกรวดเร็ว เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการเพียงแห่งเดียว (Only @ Thai credit Retail Bank) อาทิเช่น สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์แบบลดต้นลดดอก สินเชื่อธุรกิจชนกิจ (สินเชื่อ SMEs) สินเชื่อที่มีทองคำเป็นหลักประกัน เป็นต้น และยังเป็นธนาคารเพียงแห่งแรกแห่งเดียวที่มีการนำทองคำมาเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ ดังนั้นการดำเนินการธุรกรรมเกี่ยวกับสินเชื่อที่มีทองคำเป็นหลักประกัน (สินเชื่อทองคำแลกเงิน) ให้กับลูกค้ารายย่อยแก่ผู้ทำงาน ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านพักอาศัย และผู้ประกอบการหรือกิจการรายย่อย ในเขตรังสิต ปทุมธานี และปัจจุบันมีสาขาที่เปิดให้บริการในเขตรังสิตอยู่ 2 แห่ง คือ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และสาขาไทยประกันชีวิตบางพูน

แต่เนื่องจากยังไม่ได้มีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงินของลูกค้ารายย่อยในการเข้ามาขอสินเชื่อทองคำแลกเงิน โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ 2 กลุ่มคือกลุ่มที่หนึ่งคือกลุ่มที่ใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงินกับธนาคาร และกลุ่มที่สองคือกลุ่มที่ใช้บริการจำหน่ายทองคำกับโรงรับจำนำภาครัฐและเอกชน ดังนั้นจึงมีความสนใจศึกษาเหตุผลและความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงินระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำใช้เป็นข้อมูลในการบริหารงานและนำไปพัฒนาการให้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงินต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย กับโรงรับจำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กรณีศึกษาธนาคารฯ กับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กรณีศึกษาธนาคารฯ กับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย

1.4.1 ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการของธนาคาร กับผู้ใช้บริการของโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคาร กับผู้บริโภคที่ใช้บริการของโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ขนาดกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, น.26) ขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงได้ 385 ตัวอย่าง และเก็บสำรองกันผิดพลาดของข้อมูลอีก 35 ตัวอย่าง ดังนั้นเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง

1.4.1.3 การสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการกำหนดจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด 420 ตัวอย่าง แบ่งจำแนกประเภทผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน 2 ประเภท ระหว่างผู้ใช้บริการธนาคาร กับผู้ใช้บริการโรงรับจำนำ ประเภทละ 210 ตัวอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของ 2 กลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กัน และจำแนกผู้ใช้บริการกับธนาคาร ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 2 สาขา ดังนี้ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต ได้กลุ่มตัวอย่าง 147 ตัวอย่าง และสาขาไทยประกันชีวิตบางพูน ได้กลุ่มตัวอย่าง 63 ตัวอย่าง และจำแนกผู้ใช้บริการโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิตทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวน 6 โรงรับจำนำ ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงรับจำนำดังนี้ โรงรับจำนำภาครัฐจำนวน 4 โรง ได้กลุ่มตัวอย่างละ 25 ตัวอย่าง โรงรับจำนำภาคเอกชนจำนวน 2 โรง คือ โรงรับจำนำ Easy money 1 ได้กลุ่มตัวอย่าง 73 ตัวอย่าง และโรงรับจำนำ Easy money 2 ได้กลุ่มตัวอย่าง 45 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะเก็บจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้ามาติดต่อธนาคาร กับผู้เข้ามาติดต่อโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.4.2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้กำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา
ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน ธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ

1.4.3. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงาน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 57-เดือนมกราคม 58 รวมระยะเวลา 3 เดือน

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

สินเชื่อทองแลกเงิน หมายถึง เงินกู้ระยะสั้นที่ผู้กู้ต้องนำทองคำไปใช้ในการค้ำประกันเงินกู้จากธุรกิจประเภทต่าง ๆ

ธนาคารเพื่อรายย่อย หมายถึง บริษัทมหาชนจำกัดที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการให้บริการแก่ประชาชนรายย่อย และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีข้อจำกัดการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเงินตราต่างประเทศ ตราสารอนุพันธ์และธุรกรรมอื่นที่มีความเสี่ยงสูง ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

โรงรับจำนำ หมายถึง สถานที่รับจำนำซึ่งประกอบกำรับจำนำสิ่งของเป็นประกันหนี้เงินกู้ เป็นปกติธุระแต่ละรายมีจำนวนเงินไม่เกินหนึ่งแสนบาทและหมายความรวมถึงการรับหรือสิ่งของโดยจ่ายเงินให้สำหรับสิ่งของนั้นเป็นปกติธุระแต่ละรายมีจำนวนเงินไม่เกินหนึ่งแสนบาทโดยมีข้อตกลงหรือเข้าใจตรงหรือโดยปริยายว่าได้ถอนคืนในภายหลังด้วย

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของผู้เลือกใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด

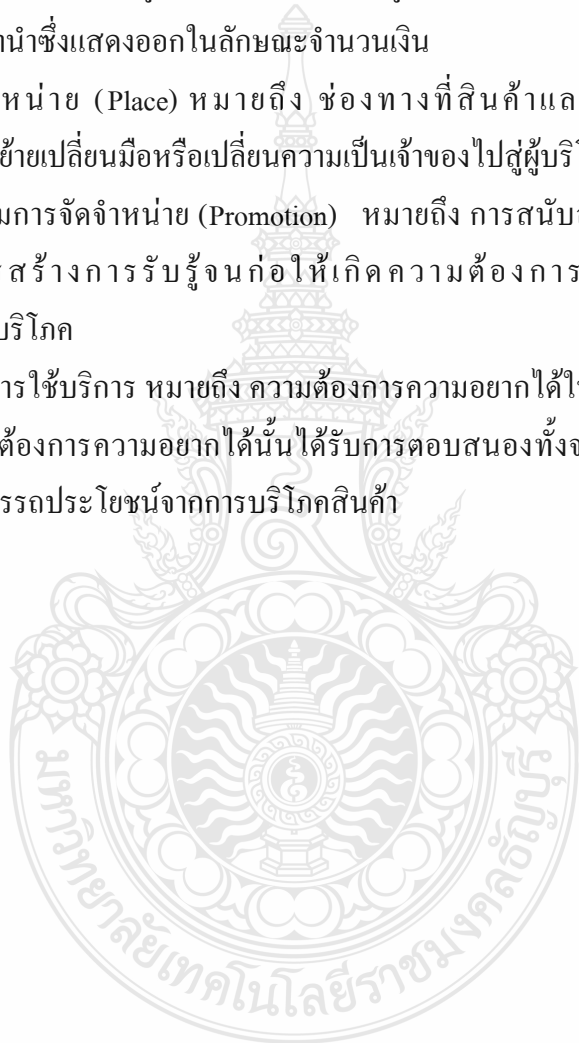
ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ธนาคารกับโรงรับจำนำ นำเสนอแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความสนใจการซื้อการใช้หรือบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคนำมาแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารฯ กับโรงรับจำนำซึ่งแสดงออกในลักษณะจำนวนเงิน

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางที่สินค้าและบริการจากธนาคารฯ กับโรงรับจำนำเคลื่อนย้ายเปลี่ยนมือหรือเปลี่ยนความเป็นเจ้าของไปสู่ผู้บริโภค

การส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) หมายถึง การสนับสนุนการติดต่อสื่อสารทางการตลาดและการสร้างการรับรู้จนก่อให้เกิดความต้องการซื้อระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำไปสู่ผู้บริโภค

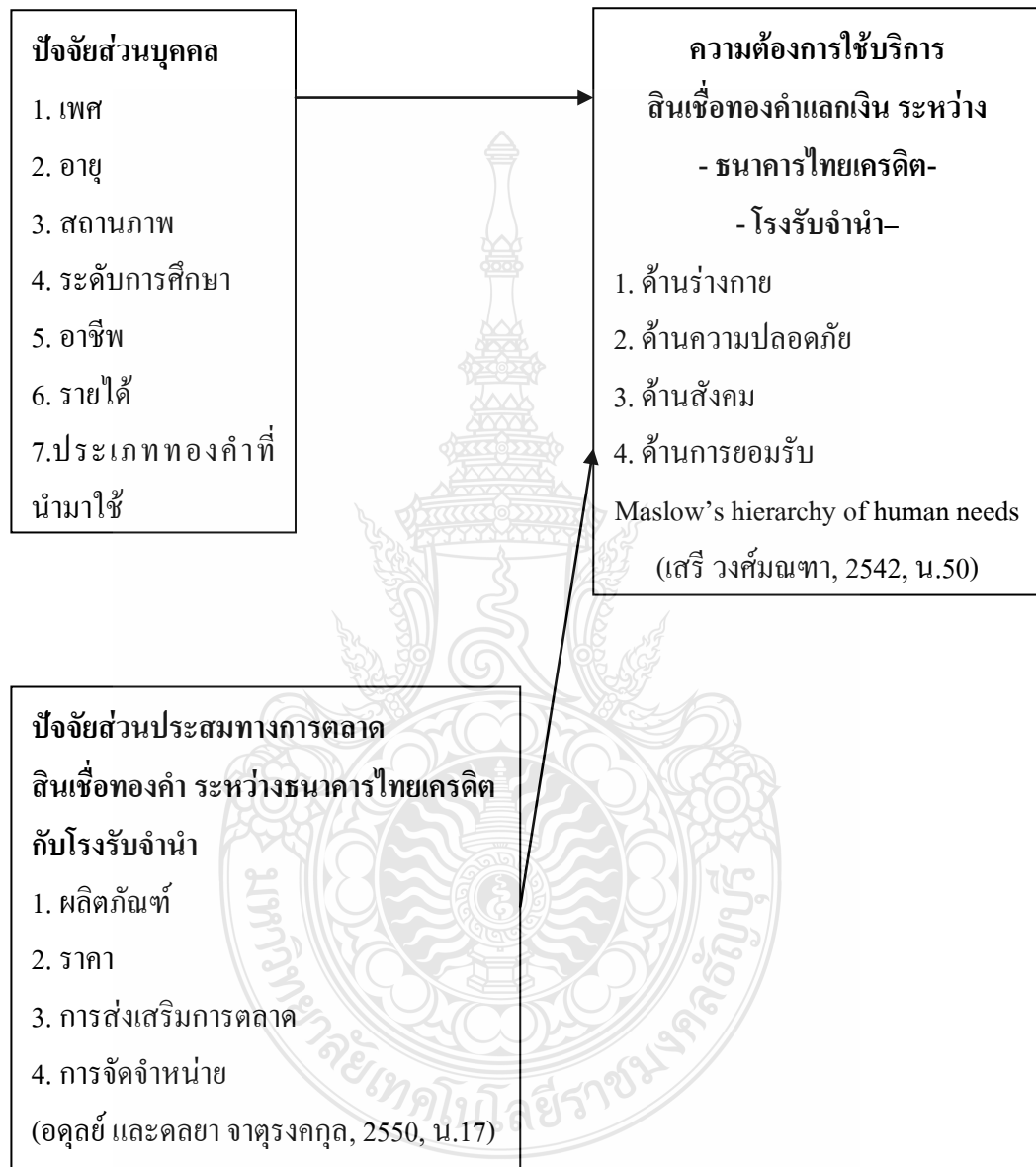
ความต้องการใช้บริการ หมายถึง ความต้องการความอยากได้ในสินค้าบริการซึ่งทำให้เกิดความพอใจ เมื่อความต้องการความอยากได้นั้นได้รับการตอบสนองทั้งจากประโยชน์ใช้สอยในตัวสินค้านั้นและอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้า



1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริษัทการเงิน
กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย กับ ไร่รับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.7.2 ทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริษัทการเงินกรณีศึกษา
ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย กับ ไร่รับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี เพื่อเอาไป
กำหนดเป็นแนวทางการให้บริการ

1.7.3 สามารถนำผลจากการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนกำหนด
กลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาขั้นตอนการให้บริการสินเชื่อบริษัทการเงินของธนาคารฯ
กับ ไร่รับจำนำให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้
บริการ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงิน กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ
- 2.2 แนวคิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ
 - 2.3.1 แนวคิดการต้องการและความจำเป็นทางเศรษฐกิจ
 - 2.3.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์
- 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย
- 2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงรับจำนำ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ

โชคชัย รวบทวี (2552, น.14) สินเชื่อมีความหมายคล้ายเงินตราเพื่อใช้เป็นตัวแทนมูลค่าสิ่งของที่จะซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยมีสมมติฐานว่า เมื่อฝ่ายหนึ่งส่งมอบสินค้าหรือบริการให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งก็คือลูกหนี้ ผู้ส่งมอบหรือเจ้าหนี้นี้ย่อมคาดหวังว่า ลูกหนี้จะปฏิบัติตามข้อตกลงกันว่าจะชำระราคาให้ตามวันเวลาและจำนวนตามที่ได้ตกลงกัน ซึ่งต้องพิจารณาว่าลูกหนี้จะมีความสามารถจากการประกอบอาชีพเพื่อนำเงินมาชำระหนี้และมีความซื่อสัตย์ต่อกัน ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อมีความเสี่ยงจึงต้องมีการเรียกผลตอบแทนในรูปแบบดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม รวมถึงหลักประกันสินเชื่อ หมายถึงการได้มาซึ่งค้ำประกันสัญญาหรือข้อผูกพัน นั้นเกิดจากความไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายในการที่จะให้นำสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อนโดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขการชำระคืนในอนาคตและอธิบายรากศัพท์ คำว่า สินเชื่อ (Credit) นั้นมีที่มาจากภาษาละติน คือมีความหมายว่า ไว้นือเชื่อใจ (To trust หรือ To- believe) ที่เจ้าหนี้นี้มีต่อลูกหนี้และได้อธิบายถึงความหมายของสินเชื่อไว้ ดังนี้

2.1.1 ด้านการขาย สินเชื่อ หมายถึง สินค้าของผู้ขายยอมมอบให้ไปก่อน โดยคาดหวังว่าจะได้ชำระคืนในวันข้างหน้า ตามที่ตกลงกันไว้ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งก่อให้เกิดภาวะความเป็นเจ้าหนี้และลูกหนี้ตามมา

2.1.2 ด้านผู้บริโภค สินเชื่อ หมายถึง ความสามารถที่จะได้นำสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยตกลงว่าจะนำเงินมาชำระค่าสินค้าหรือบริการในวันข้างหน้า

2.1.3 ด้านสถาบันการเงิน สินเชื่อ หมายถึง บริการชนิดหนึ่งของสถาบันการเงินที่ก่อให้เกิดรายได้หลักแก่สถาบันการเงิน และมีความสำคัญที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบธุรกิจของประชาชนในประเทศ

จากความหมายดังกล่าว โดยสรุปกล่าวได้ว่า สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือและไว้วางใจกันของบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้นำสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและระยะเวลาในการชำระคืนในอนาคต และในความหมายของธนาคารคือการให้บริการยืมเงินไปใช้ก่อน ฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้ให้กู้ หรือผู้ให้สินเชื่อ (Creditor) และอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้กู้ หรือผู้ขอสินเชื่อ (Debtor) เมื่อผู้ขอสินเชื่อได้รับบริการสินเชื่อแล้ว ผู้ขอสินเชื่อต้องจ่ายผลตอบแทนเรียกว่าค่าปรับหรือค่าบริการให้แก่ผู้ให้สินเชื่อในอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ กรณีชำระไม่ตรงตามเงื่อนไขสัญญาต้องเสียค่าธรรมเนียมค่าปรับให้กับผู้ให้สินเชื่อ (ธนาคาร) ซึ่งจะไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และในกรณีที่เห็นว่าการให้บริการสินเชื่อมีความเสี่ยง ผู้ขอสินเชื่อต้องนำทรัพย์สิน หรือบุคคลที่ธนาคารเชื่อถือเข้าค้ำประกันของสินเชื่อด้วย

2.2 แนวคิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

อิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ สิ่งที่ส่งผลต่อกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อเลือกใช้บริการ มีดังนี้ (อดุลย์ และดลยา จาตุรงค์กุล, 2550, น.17)

2.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่นักการตลาดใช้เพื่อการจูงใจและแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความอยากซื้อ คือ เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด 4P's

2.2.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อการใช้ของผู้บริโภค

2.2.1.2 ด้านราคา (Price) อัตราค่าปรับหรือค่าบริการอัตราดอกเบี้ยอื่น ๆ หรือค่าธรรมเนียมเรียกเก็บจากผู้ให้บริการ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้

2.2.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ที่ตั้งของสถานบริการสถานที่จ่อครดสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เอื้ออำนวยความสะดวก

2.2.1.4 ด้านการส่งเสริมตลาด (Promotion) ข่าวสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่นักตลาดที่ต้องการสื่อสารกับผู้บริโภค

2.2.2 อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคแต่ละคนอาศัยในสิ่งแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อนต่างกัน กระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมจึงไม่เหมือนกัน

2.2.2.1 อิทธิพลความแตกต่างของบุคคล เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อผู้บริโภค ได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ การสนใจ

2.2.2.2 กระบวนการจิตวิทยา ได้แก่ การประมวลผลภายในระบบสมองของผู้บริโภค ประกอบด้วยด้านข่าวสารและความทรงจำ

2.3 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ

2.3.1 แนวคิดการต้องการและความจำเป็นทางเศรษฐกิจ

ดำรงชัย ชัยสนิท และสุณี เลิศแสวงกิจ (2546, น.52) กล่าวว่า การศึกษาการต้องการและความจำเป็นทางเศรษฐกิจในการผลิตและการบริโภค เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสนองหรือบำบัดความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน และทำให้สินค้าหรือบริการนั้นเกิดอรรถประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุด สำหรับผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจกลุ่ม โดยความต้องการความอยากได้ และความจำเป็นทางเศรษฐกิจมีสาระสำคัญและความหมาย ดังนี้

ความต้องการ (Need) หมายถึง ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่ใช้สนองความต้องการในการอยู่รอด เช่น ความต้องการอาหาร เสื้อผ้า น้ำ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ฯลฯ และความต้องการในขั้นที่สูงขึ้นมาที่มนุษย์ใช้เพื่อสนองความต้องการทางจิตใจ เช่น ต้องการให้สังคมยอมรับ นับถือจึงต้องการใส่เสื้อผ้าที่หือดัง ๆ รับประทานอาหารในร้านหรือภัตตาคารดี ๆ หรือความต้องการบ้านที่มีความหรูหราอยู่ในหมู่บ้านดี ๆ รวมทั้งความต้องการส่วนบุคคลที่แต่ละคนย่อมมีที่แตกต่างกันออกไป เช่น ต้องการเป็นคนเก่ง เป็นคนดัง ต้องการเป็นคนที่มีความรู้สูงสำเร็จปริญญาโท ปริญญาเอก ต้องการมีตำแหน่งหน้าที่สูง ความต้องการของมนุษย์มักจะเกิดขึ้นเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด ถึงแม้ว่าจะได้รับสิ่งที่มาสนองนั้นแล้วแต่ก็ยังเกิดขึ้นอีกเรื่อยไป

ความอยากได้ (Wants) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ (Need) ของมนุษย์ ความต้องการของมนุษย์จะพัฒนาขึ้นมาเป็นความอยากได้ ดังนั้น ความอยากได้จึงสามารถชี้

เฉพาะเจาะจงลงไปได้ บอกลักษณะหรือประเภทสินค้าและบริการที่จะจัดหามา เพื่อสนองหรือบำบัดได้ เช่น ผู้ที่ต้องการความสวยงามจะชี้เฉพาะได้ว่าอยากได้เครื่องสำอางเครื่องประดับ หรืออยากไปร้านเสริมสวย ผู้ที่ต้องการยอมรับจากบุคคลรอบตัวอาจจะอยากได้โทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ หรือรถยนต์คันใหม่ซึ่งมีความหรูหรามากกว่าเดิม ฯลฯ ผู้ประกอบธุรกิจจึงมีการปรับปรุงพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อมากระตุ้นความอยากได้ของคนเราให้เกิดขึ้นอีกเรื่อยไปไม่มีวันหมด

ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ หมายถึง ผู้บริโภคทุกคนมีความจำเป็นต้องบริโภค เพื่อสนองความต้องการและความอยากได้ของตนเอง ซึ่งเป็นความจำเป็นของมนุษย์ที่ต้องบริโภคเพื่ดำรงชีวิตอยู่และเพื่อสนองความต้องการทางจิตใจ ทางด้านผู้ผลิตก็มีความจำเป็นต้องผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อบำบัดความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้สินค้าบริการนั้นเกิดอรรถประโยชน์มูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจสูงสุดสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ อันจะส่งผลให้มีผลกำไรมาหล่อเลี้ยงกิจการธุรกิจนั้น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องใช้ความพยายามในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ

2.3.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs)

เสรี วงศ์มณฑา (2542, น.50) กล่าวว่า หลักการความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ทั้ง 5 ขั้นตอน โดยมาสโลว์นั้นได้ลำดับขั้นตอนในแต่ละขั้นเพื่อสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อมนุษย์ได้สิ่งที่ตอบสนองความอยากได้พื้นฐานในขั้นที่ 1 ก็จะมี ความอยากได้ในขั้นถัดไปเรื่อย ๆ จนถึงขั้นที่ 5 โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการของร่างกาย (physiological needs) ระดับของความอยากได้ ใคร่ได้ หรือประสงค์จะได้ระดับแรกซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน เป็นความต้องการเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด ความต้องการทางสรีระ ได้แก่ ความต้องการพื้นฐาน เป็นความต้องการเพื่อให้มีชีวิตอยู่รอด ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ความต้องการขั้นปฐมภูมินี้เป็นสิ่งที่สำคัญมากในแง่การตลาด เพราะมนุษย์ต้องมีความต้องการนี้เกิดขึ้นมา

ขั้นที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย และความมั่นคง (Safety and security needs) คือ ความต้องการปกป้องคุ้มครอง ต้องการความมั่นคงของชีวิต ต้องการระเบียบวินัยในชีวิตต้องการพ้นจากอันตราย หรือต้องการสุขภาพแข็งแรง ต้องการมีอนามย์ที่ดี เช่น น้ำประปาตอบสนองขั้นที่ 1 ได้แต่ตอบสนองขั้นที่ 2 ไม่ได้ จึงเกิดน้ำดื่มสิงห์ น้ำดื่มโพลาริส เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการด้านสังคม ความรู้สึกที่ดี ความเป็นมิตร การยอมรับ (social needs) หรือบางตำราเรียกว่า ความอยากได้ความรัก (love needs) คือความรู้สึกที่ดีต่อกัน (affection) การยอมรับ (acceptance) ซึ่งบางครั้งต้องยอมรับในสังคมทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ การใช้สินค้าที่มีฮือหวาดัง ๆ การรับประทานอาหารในที่หรูหรา การซื้อของขวัญให้ผู้อื่นในราคาแพง เป็นต้น

ขั้นที่ 4 ความต้องการด้านการยอมรับ ด้านอีโก้ ความภาคภูมิใจชื่อเสียงสถานภาพ และความเคารพตัวเอง (ego needs) คือ ความต้องการความภูมิใจในความเป็นตัวเอง ขั้นนี้มักเกิดกับคนที่มีฐานะดี เพราะในขั้นนี้ ไม่ได้ทำอะไรเพื่อคนอื่น แต่ทำเพื่อแสดงสถานภาพตัวเอง ทำเพื่อให้รางวัลกับตัวเอง คนเหล่านี้มักจะพูดว่า “สำหรับคนอย่างฉัน น้อยกว่านี้ได้อย่างไร” หรือจุด ๆ หนึ่งคนต้องคิดว่าจะให้รางวัลอะไรกับชีวิตบ้างเสมอ ๆ บางคนใส่ชุดนั้นในราคาแพง ๆ ทั้ง ๆ ที่ไม่มีคนเห็น แต่ใส่ด้วยความภูมิใจคนเดียว

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่ประสบความสำเร็จในส่วนตัว (self actualization) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่ตอบสนองศักยภาพส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลมีความสามารถจะต้องเป็นตามคำอธิบายของมาสโลว์ที่ว่า สิ่งที่คุณสามารถเป็นไปเขาก็จะต้องเป็นไปให้ได้ (what a man can be he must be) เช่น ความประสงค์ที่จะเป็นคารานักกีฬาที่มีความสามารถในด้านกีฬาประเภทต่าง ๆ เป็นความต้องการในความสามารถของบุคคลเพื่อการสร้างสรรค์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์

ภราดร ปรีดาศักดิ์ (2547, น.49) กล่าวว่า อุปสงค์ (demand) สำหรับสินค้าและบริการ หมายถึง จำนวนของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่งที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เราอาจเรียกจำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อที่ระดับราคาหนึ่ง ๆ ว่าปริมาณความต้องการซื้อหรือ ปริมาณซื้อ (quantity demand) หน่วยวัดของปริมาณซื้อจะต้องเป็นหน่วยของสินค้าหรือบริการต่อหน่วยของเวลา ตัวอย่างเช่น ปริมาณซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค (หรือครัวเรือน) รายหนึ่งเป็น 1 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ หรือ 4 กิโลกรัมต่อเดือน หรือ 48 กิโลกรัมต่อปี หากไม่มีการกำหนดช่วงเวลาให้เป็นที่น่าพอใจแล้ว เราก็ไม่อาจจะบอกได้ว่าปริมาณซื้อของสินค้าหรือบริการนั้นมีมากน้อยเท่าใด

คำว่า “ปริมาณความต้องการซื้อ” หรือ “ปริมาณซื้อ” ในที่นี้เป็นปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ ซึ่งเกิดจากการตัดสินใจหรือการวางแผนการซื้อเอาไว้ล่วงหน้าโดยกำหนดให้ราคาสินค้านั้น ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง รายได้ของผู้บริโภค รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ที่จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้ออยู่ที่ระดับหนึ่ง ปริมาณซื้อที่ปรารถนານี้อาจจะไม่เท่ากับปริมาณที่เขาได้ซื้อจริง ๆ ก็ได้ เช่น กรณีที่สินค้าหรือบริการนั้นมีไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการปริมาณซื้อจะมากกว่าจำนวนที่ซื้อจริง

อนึ่ง ความอยากที่จะซื้อหรือความต้องการซื้อในความหมายของอุปสงค์มิได้หมายถึงความต้องการซื้อลอย ๆ อย่างความต้องการทั่ว ๆ ไป แต่เป็นความต้องการซื้อที่เกิดจากความเต็มใจที่จะซื้อ (willing to buy) และจะต้องมีความสามารถที่จะซื้อได้ (ability to pay) ประกอบกันด้วย นั่นคือ

ในการแสดงความประสงค์ของผู้บริโภคนั้น เขาจะต้องได้รับความพึงพอใจและมีเงินหรืออำนาจซื้อที่จะสนองความปรารถนาของตนได้เสมอ อุปสงค์ในความหมายข้างต้นจึงเป็น อุปสงค์ที่ทรงประสิทธิผล (effective demand) คือ สามารถเกิดผลขึ้นได้จริง ๆ

ความหมายของอุปสงค์ที่กล่าวถึงข้างต้นนี้ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เราเรียกอุปสงค์ชนิดนี้ว่า อุปสงค์ต่อราคา (price demand) ซึ่งเป็นการพิจารณาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อที่ระดับราคาของตัวเอง โดยกำหนดให้ปัจจัยตัวอื่น ๆ คงที่ที่เรียกความสัมพันธ์นี้ว่า อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) และถ้าหากเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อของสินค้านั้นกับราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ก็เป็นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องหรือเรียกสั้น ๆ ว่า อุปสงค์ไขว้ (cross demand)

2.4.1 กฎของอุปสงค์

โดยปกติแล้ว ไม่ว่าจะเป็อุปสงค์ส่วนบุคคลหรืออุปสงค์ตลาด เส้นอุปสงค์จะทอดลงจากซ้ายไปขวาหรือมีความชันเป็นลบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อราคาลดลงปริมาณความต้องการจะเพิ่มขึ้นในทางตรงกันข้าม หากราคาเพิ่มขึ้นปริมาณความต้องการซื้อจะลดลง ปรากฏการณ์เช่นนี้เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of demand) ซึ่งกล่าวว่า ปริมาณซื้อของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งชนิดใดย่อมผันแปรเป็นปฏิภาคส่วนกลับกันระดับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเสมอ หรือกล่าวสั้น ๆ ได้ว่า “ปริมาณซื้อย่อมผกผันกับราคา” การที่ปริมาณความต้องการซื้อหรือปริมาณซื้อในสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งผันแปรในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เป็นเพราะเมื่อราคาเปลี่ยนแปลงจะก่อให้เกิดผล 2 ประการ คือ

2.4.1.1 ผลทางรายได้ (income effect) เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง เช่น ราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง หากรายได้ที่เป็นตัวเงินและราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ยังคงเท่าเดิม จะทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อหรือรายได้ที่แท้จริง (real income) สูงขึ้นเพราะเงินเท่าเดิม แต่สามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น ผลดังกล่าวนี้หากเป็นสินค้าปกติทั่วไปผู้บริโภคจะหันมาซื้อสินค้าชนิดนี้มากขึ้น ดังนั้นเมื่อราคาสินค้านี้ลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น

2.4.1.2 ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาสินค้าหรือบริการเปลี่ยนแปลงโดยที่ราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ยังคงเดิม จะทำให้ราคาเปรียบเทียบหรือราคาสัมพันธ์ (relative price) เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าชนิดที่ราคาต่ำลงแทนชนิดที่มีราคาสูงขึ้น เช่น ในขณะที่ราคาเนื้อหมูลดลง ราคาเปรียบเทียบของเนื้อหมูจะต่ำลง ในขณะที่ราคาเปรียบเทียบของสินค้าอื่น เช่น เนื้อไก่จะสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคสินค้าอื่น ๆ ที่มีราคาสูงและหันมาบริโภคเนื้อหมูที่มีราคาต่ำแทน ทำให้ปริมาณซื้อเนื้อหมูเพิ่มขึ้นเมื่อราคาเนื้อหมูลดลง

2.4.2 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ปริมาณซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งชนิดใดที่มีอยู่ทั้งหมดในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ จำนวนหรือน้อย ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อในตลาด ได้แก่

2.4.2.1 ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น

2.4.2.2 รายได้ของผู้บริโภค

2.4.2.3 ราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.4.2.4 รสนิยมของผู้บริโภค

2.4.2.5 จำนวนผู้บริโภค

2.4.2.6 การคาดคะเนเกี่ยวกับราคาในอนาคต

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย

ความเป็นมา

ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) บริษัทในกลุ่มไทยประกันชีวิต เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2550 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่อาคารไทยประกันชีวิต ถนนรัชดาภิเษก เป็นธนาคารเพื่อรายย่อย มีความมุ่งหมายที่จะให้บริการทางการเงินที่แตกต่างให้กับลูกค้ารายย่อยทั่วไปได้เข้าถึงธนาคารอย่างแท้จริง บริการที่มีประกอบไปด้วย

2.5.1 ด้านเงินฝาก

ธนาคารมอบบริการแก่ลูกค้า บัญชีเงินฝากที่หลากหลายเลือกฝากได้ตามความต้องการที่แตกต่างกับบริการเงินฝากที่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการออมเป็นก้อนหรือทยอยออมเพื่อรับดอกเบี้ยสูงหรือเพื่อความคล่องตัวในการฝากถอนได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง พร้อมทั้งรับดอกเบี้ยอัตราสูง โดยเสนออัตราดอกเบี้ยตามอัตราที่ธนาคารกำหนด

2.5.2 ด้านการให้สินเชื่อบุคคลรายย่อย

เสนอบริการสินเชื่อสำหรับลูกค้าบุคคลรายย่อย 3 ประเภท ได้แก่ สินเชื่อเพื่อคนค้าขาย สินเชื่อผู้ประกอบการ SMEs และสินเชื่อที่มีทองคำเป็นหลักประกันหรือสินเชื่อทองแลกเงิน

2.5.2.1 สินเชื่อเพื่อคนค้าขาย สำหรับพ่อค้าแม่ขายที่ประกอบธุรกิจขนาดย่อม เพื่อนำเงินไปต่อยอดกิจการ ขยายร้านค้า หรือหมุนเวียนทุนในกิจการ ด้วยข้อเสนอพิเศษสุดเอาใจผู้ประกอบการขนาดย่อม พร้อมการบริการที่รวดเร็ว ลับไว ไว้วางใจได้

2.5.2.2 สินเชื่อผู้ประกอบการ SMEs สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ อาทิเช่น สินเชื่อสร้างธุรกิจอพาร์ทเมนต์ หอพัก สินเชื่อเพื่อเช่าซื้อเครื่องจักร

2.5.2.3 สินเชื่อที่มีทองคำเป็นหลักประกันหรือสินเชื่อทองคำเงิน สินเชื่อบุคคลทั่วไปที่นำทองคำมาเป็นหลักประกันที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไป หรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระสามารถเข้าถึงสถาบันการเงินรายย่อยอย่างแท้จริง

2.5.3 ความรู้พื้นฐานสินเชื่อทองคำเงิน

ทองเป็นสินทรัพย์อย่างหนึ่งที่มีมูลค่าสูง และช่วยได้ในช่วงเวลาวิกฤต และฉุกเฉิน จำเป็นต้องใช้เงินด่วน ทองก็ช่วยเพิ่มสภาพคล่องด้วยสินเชื่อทองคำเงิน สินเชื่อทองคำเงิน หรือสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีทองคำเป็นหลักประกัน เป็นสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค หรืออเนกประสงค์ สำหรับผู้ประกอบการทั่วไป เช่น พนักงานประจำ พ่อค้า แม่ค้า หรือเจ้าของกิจการรายย่อย เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนทางธุรกิจ ขยายกิจการ หรือขาดสภาพคล่องทางการเงิน โดยนำทองคำมาเป็นหลักทรัพย์มาค้ำประกันในการขอสินเชื่อ

2.5.3.1 ลักษณะหลักประกันทองคำแท่งหรือทองคำรูปพรรณที่มีความบริสุทธิ์เกิน 93.5%

2.5.3.2 เงื่อนไขวงเงินสินเชื่อ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 วงเงินสินเชื่อ 3,000 ถึง 100,000 บาท สัดส่วนการให้สินเชื่อต่อหลักประกัน สูงสุดไม่เกิน 95% ของราคาทอง ณ วันทำสัญญา อัตราดอกเบี้ย 1.1% ต่อเดือน กลุ่มที่ 2 วงเงินสินเชื่อ 100,001 - 2,000,000 บาท สัดส่วนการให้สินเชื่อต่อหลักประกัน สูงสุดไม่เกิน 90 % ของราคาทอง ณ วันทำสัญญา อัตราดอกเบี้ย 0.9 % ต่อเดือน ทั้ง 2 กลุ่มวงเงินสินเชื่อนี้ จะต้องต่ออายุสัญญาทุก ๆ 3 เดือน และสามารถผ่อนชำระสูงสุด 18 เดือน (ต่ออายุสัญญาได้ 6 ครั้ง) เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด

2.5.3.3 คุณสมบัติผู้กู้ อายุ 20-70 ปี ไม่เป็นบุคคลที่ศาลสั่งพิทักษ์ทรัพย์ และไม่เป็นบุคคลที่ถูกห้ามทำธุรกรรมตามกฎหมาย

2.5.3.4 เอกสารประกอบการสมัคร สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนายุทธินิพนธ์เงินฝากที่มีเงินเข้าย้อนหลัง 3 เดือน หรือสมุดบัญชีเงินฝาก

2.5.3.5 ขั้นตอนการทำธุรกรรมสินเชื่อแบบผ่อนชำระตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร ตรวจสอบคุณภาพหลักประกันที่นำมาเป็นหลักประกัน ดำเนินการพิจารณาตามข้อกำหนดของธนาคาร แจกผลอนุมัติวงเงินสินเชื่อ ลงนามในสัญญาเงินกู้ พร้อมรับเงินสด

2.5.3.6 สินเชื่อทองคำเงิน ทำธุรกรรมได้ที่สาขาของธนาคาร ทั้ง 21 สาขา ยกเว้นสาขานครปฐมที่ไม่มีการทำธุรกรรมสินเชื่อทองคำที่สาขา

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงรับจำนำ

ความเป็นมา

การรับจำนำในประเทศไทยมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ปรากฏตามหลักฐานในรัชสมัยพระบรมโกษฐ์ กรุงศรีอยุธยา ตามพระราชกำหนดที่ออกในปี พ.ศ. 2234 เรื่อง การควบคุมการรับจำนำ กำหนดให้การรับจำนำกระทำในเวลากลางวันในปี 2438 ได้ออกพระราชบัญญัติโรงรับจำนำ พ.ศ. 2438 กำหนดให้ ผู้ที่จะตั้งโรงรับจำนำต้องขออนุญาต เนื่องจากมีการกำหนดค่าธรรมเนียม ระยะเวลาการใช้ใบอนุญาต การกำหนดเวลาจำนำและไถ่ถอน การกำหนดให้จัดทำตัวจำนำและบัญชีไว้เป็นหลักฐาน รวมทั้งการกำหนดอัตราดอกเบี้ยจำนำ

ต่อมาเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2498 มีการจัดตั้งโรงรับจำนำของรัฐเป็นครั้งแรกโดยใช้ชื่อย่อว่า “โรงรับจำนำของรัฐ” เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนเฉพาะหน้าให้กับประชาชนและให้ความช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับดอกเบี้ยรับจำนำในอัตราที่ถูกกว่าโรงรับจำนำเอกชนและในปี พ.ศ. 2500 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สถานชานานุเคราะห์” สังกัดแผนกชานานุเคราะห์ กองสวัสดิการสงเคราะห์ กรมประชาสงเคราะห์ และเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2503 คณะรัฐมนตรีได้มีมติมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทย รับผิดชอบไปจัดตั้งสถานชานานุบาล (โรงรับจำนำ) เพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชนผู้เดือดร้อนและยากจนหรือผู้มีรายได้น้อย ให้สามารถแก้ปัญหาทางการเงินในระยะสั้น ๆ ได้ โดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราสูงนักเนื่องจากสถานชานานุบาลมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหากำไรอย่างการดำเนินธุรกิจการทั่ว ๆ ไป และต่อมาได้ขยายการจัดตั้งสถานชานานุบาลขึ้นในภูมิภาค เนื่องจากเห็นว่าหน่วยบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มีงบประมาณของตนเองที่สามารถจัดตั้งสถานชานานุบาลเองได้ โดยให้ทดลองจัดตั้งขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2503 และ ปี 2504 จัดตั้งที่ นครสวรรค์ อุรธานี และหาดใหญ่

ปัจจุบันรัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติโรงรับจำนำ โดยแก้ไขเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติโรงรับจำนำ พ.ศ. 2505 ซึ่งเป็นพระราชบัญญัติหลัก จำนวน 4 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติโรงรับจำนำ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2517, พระราชบัญญัติโรงรับจำนำ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2526 และพระราชบัญญัติโรงรับจำนำ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2534 โรงรับจำนำแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.6.1 โรงรับจำนำดำเนินการโดยเอกชน โดยอาจอยู่ในรูปของธุรกิจแบบเอกชนคนเดียว เป็นเจ้าของหรือรูปของห้างหุ้นส่วน

2.6.2 โรงรับจำนำที่ดำเนินการโดยรัฐบาล แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.6.1.1 สถานชานานุเคราะห์ เป็นโรงรับจำนำที่ได้รับเงินทุนจากงบประมาณที่รัฐบาลจัดสรรให้รวมกับกำไรสะสมและเงินกู้จากธนาคารออมสินดำเนินการโดยกรมประชาสงเคราะห์

2.6.1.2 สถานชนานูบาล เป็น โรงรับจำนำที่ดำเนินการโดยเทศบาล ได้รับเงินอุดหนุน
เริ่มแรกจากกองทุนส่งเสริมการสุขภาพและกองทุนบำเหน็จการครองชีพ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาคยา อคิศักดิ์มนตรี (2553) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงรับจำนำในจังหวัด
สุราษฎร์ธานี ปรากฏว่า เหตุผลที่ใช้บริการเพราะดอกเบี้ยต่ำ ใช้บริการเพื่อนำไปลงทุน ข้อมูลข่าวสาร
ของโรงรับจำนำจากสื่อบริเวณ โรงรับจำนำ ความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน ระยะเวลาที่ใช้บริการ
6-10 นาที และชนิดของอสังหาริมทรัพย์ที่นำมาจำนำ ได้แก่ ทองคำ เพชร พลอย นาก มูลค่าของ
อสังหาริมทรัพย์ที่นำมาจำนำมากกว่า 10,000 บาท วงเงินที่ได้รับจากการจำนำ มากกว่า 10,000 บาท
ตัดสินใจในการใช้บริการด้วยตัวเอง และปัจจัยส่วนบุคคลมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้
บริการโรงรับจำนำ

อภิญา ภัทรพรพิสิฐ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย
จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า

1. ทักษะคิดของลูกค้านำในการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจใน
บริการของธนาคาร และด้านการใช้บริการของธนาคาร อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

2. องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด ของลูกค้านำในการใช้บริการอยู่ในระดับ
มากที่สุด

3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ
สถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการขอธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี

ภควรรณ เสือทิม (2555) ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้านำธนาคารอิสลาม
แห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ปรากฏว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.0 มีอายุอยู่
ในช่วง 41-50 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำธุรกิจ อิสระ/ค้าขาย
มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท และส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม นอกจากนี้
ยังพบว่าลักษณะของสินเชื่อที่มีสิ่งกระทบต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ สูงที่สุด คือ ประเภท
สินเชื่อสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านหลักศาสนาอิสลาม จากการศึกษาปรากฏ
ว่าข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อในทุก ๆ ด้าน ข้อเสนอแนะ
ลูกค้านำของธนาคารให้ความสำคัญกับความมั่นคงและการประชาสัมพันธ์ ส่วนเรื่องลักษณะของสินเชื่อ
ที่ลูกค้านำต้องการมากที่สุดคือได้รับอัตรากำไรของลูกค้านำขึ้นดี

พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อคือ อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม เงื่อนไขในการใช้สินเชื่อ กระบวนการใช้สินเชื่อ การให้บริการของ พนักงาน ช่องทางในการใช้สินเชื่อลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งความสัมพันธ์ ระหว่างเหตุอันเป็นทางให้เกิดต่อผลสิ่งแวดล้อมกับการใช้ดุลยพินิจเลือกใช้บริการสินเชื่อ มีความสัมพันธ์ ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือ ลดจำนวนเอกสาร ขั้นตอนการขอกู้ ดอกเบี้ย ระยะเวลาพิจารณาสินเชื่อให้น้อยลง และปรับปรุง ช่องทางการชำระเงิน วงเงินกู้ลูกค้าชั้นดี และแจ้งความคืบหน้าของธนาคารที่เป็นปัจจุบันอย่าง สม่ำเสมอ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงิน กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี การศึกษานี้ใช้รูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยและรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร คือ ผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงิน ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อทองคำแลกเงิน ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, น.26) ดังนี้

$$\text{สูตรการคำนวณตัวอย่าง} \quad n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = สัดส่วนของความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ = 5% (0.05)

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ได้กำหนดไว้ คือ ระดับความเชื่อมั่น 95%

Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เพราะฉะนั้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \\ &= 385 \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 385 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้สำรองเพื่อความผิดพลาดไว้จำนวน 35 ตัวอย่าง ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดีซึ่งรวมเป็น 420 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวน 2 กลุ่มตัวอย่าง ระหว่างธนาคาร กับ วิทยาลัย

ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคาร	210	50
ผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับวิทยาลัย	210	50
รวม	420	100

3.1.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sample)

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการกำหนดจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด 420 ตัวอย่าง แบ่งจำแนกประเภทผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน 2 ประเภท ระหว่างผู้ใช้บริการธนาคาร กับผู้ใช้บริการวิทยาลัย ประเภทละ 210 ตัวอย่าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของ 2 กลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กัน และจำแนกผู้ใช้บริการกับธนาคาร ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 2 สาขา ดังนี้ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต ได้กลุ่มตัวอย่าง 147 ตัวอย่าง และสาขาไทยประกันชีวิตบางพูน ได้กลุ่มตัวอย่าง 63 ตัวอย่าง และจำแนกผู้ใช้บริการวิทยาลัยในเขตเทศบาลนครรังสิตทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวน 6 วิทยาลัย ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการวิทยาลัยดังนี้ วิทยาลัยภาครัฐจำนวน 4 วิทยาลัย ได้กลุ่มตัวอย่างละ 25 ตัวอย่าง วิทยาลัยเอกชนจำนวน 2 วิทยาลัย คือ วิทยาลัย Easy money 1 ได้กลุ่มตัวอย่าง 73 ตัวอย่าง และวิทยาลัย Easy money 2 ได้กลุ่มตัวอย่าง 45 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการกับธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำนวน 2 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	บริเวณที่ตั้ง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
1.	สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต	ชั้น 2 โชนแบงก์ ห้างฟิวเจอร์พาร์ครังสิต	147
2.	สาขาบางพูน	ตึกไทยประกันชีวิต สาขาบางพูน ปทุมธานี	63
รวม			210

ที่มา : ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย (2558)

ตารางที่ 3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการกับโรงรับจำนำภาครัฐและเอกชน จำนวน 6 สาขา

ลำดับ	ชื่อสาขา	บริเวณที่ตั้ง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
1.	สถานชานูบาล เทศบาลนครรังสิต	85 รังสิต-ปทุมธานี 3	25
2.	โรงรับจำนำ Easy Money1	36 รังสิต-ปทุมธานี	73
3.	โรงรับจำนำ Easy Money2	717 รังสิต-นครนายก	45
4.	โรงรับจำนำ ตลาดกลาง	271,273 รังสิต-ปทุมธานี	25
5.	โรงรับจำนำ ชัยบุรีคลอง2	609,611 รังสิต-นครนายก	25
6.	โรงรับจำนำ บางชัน 2 คลอง2	475 รังสิต-นครนายก	25
รวม			210

ที่มา : สำนักงานเทศบาลนครรังสิต ณ วันที่ 30 เมษายน 2552

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้ศึกษาจะเก็บจากจำนวนผู้ที่เข้ามาติดต่อธนาคาร กับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเครื่องมือแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Check list) มีจำนวน 7 ข้อ ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ประกอบด้วย

เพศ	ใช้การวัดผลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)
อายุ	ใช้การวัดผลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
สถานภาพ	ใช้การวัดผลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)
อาชีพ	ใช้การวัดผลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)
ระดับการศึกษา	ใช้การวัดผลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
รายได้ต่อเดือน	ใช้การวัดผลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
ประเภทของทองคำ	ใช้การวัดผลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองคำระหว่างธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับ โรงรับจำนำ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ (Interval Scale) ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านสังคม ด้านการยอมรับ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองคำระหว่างธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับ โรงรับจำนำ ประกอบด้วยคำถามแบบเรียงลำดับ (Interval Scale) จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การกำหนดค่าคะแนนลำดับความสำคัญของระดับความต้องการ

ได้กำหนดคำตอบให้ผู้ตอบลำดับเป็น 5 ระดับ เป็นการวัดข้อมูลคำถามแบบ (Interval Scale) ในการให้คะแนนตามแนวของ Importance Scale ได้ดังนี้

ระดับคะแนน 5 คะแนน	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ระดับคะแนน 4 คะแนน	หมายถึง	สำคัญมาก
ระดับคะแนน 3 คะแนน	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ระดับคะแนน 2 คะแนน	หมายถึง	สำคัญน้อย
ระดับคะแนน 1 คะแนน	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

พิมพา หิรัญกิตติ (2552, น.98) การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

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

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึงระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึงระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึงระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึงระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

3.2.1 ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัย ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม

3.2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงใหม่ ให้มีความถูกต้องก่อนนำไปใช้

3.2.5 หลังจากปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำเรียบร้อยแล้ว จึงนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance : IOC) โดยใช้สูตรดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556, น.140-147)

เกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามพิจารณาจากค่า IOC ถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์ ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ใช้ได้ และหากต่ำกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง (พิชิต ฤทธิจักรุญ, 2554)

3.2.6 นำแบบสอบถามมาดำเนินการทดสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

3.2.7 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis)

3.2.8 ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ

3.2.9 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)

3.2.10 ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

3.2.11 ความเชื่อมั่น (Reliability) ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Try out) จำนวน 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติในการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ที่ 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, น.313) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้จากการ Try out

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การกำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 420 ตัวอย่าง

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลที่ใช้ประกอบในการศึกษา โดยผู้ศึกษาทำการค้นคว้าวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยเชิงวิชาการต่าง ๆ และเอกสารการเรียนที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้

3.3.3 รวบรวมแบบสอบถาม จะทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อทำการแจกแบบสอบถาม และรวบรวมเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาทำการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วน

3.4.2 การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามกำหนดไว้ล่วงหน้าสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

3.4.3 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้ว โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานตามสมมติฐาน

การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูล

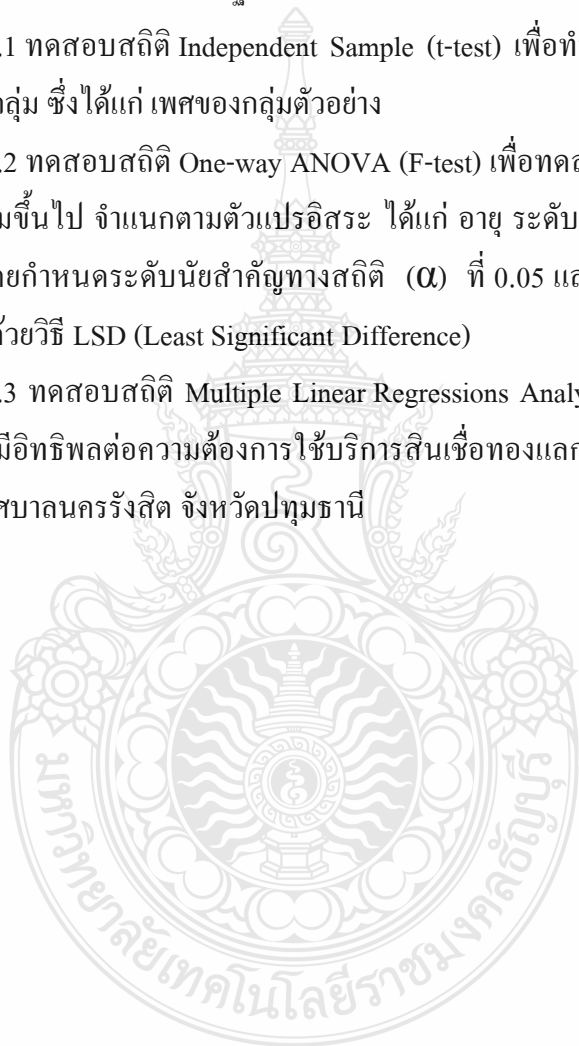
3.4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางแสดงผล

3.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติเชิงทดสอบสมมติฐาน คือการนำผลสรุปงานวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างไปอ้างอิงประชากรทั้งหมด ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้สถิติทดสอบสมมติฐานคือ

3.4.5.1 ทดสอบสถิติ Independent Sample (t-test) เพื่อทำการทดสอบความแตกต่างของกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ เพศของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.5.2 ทดสอบสถิติ One-way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จำแนกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

3.4.5.3 ทดสอบสถิติ Multiple Linear Regressions Analysis เพื่อทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองคำแท่งเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบที (t-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
LSD	แทน	Least significant Difference
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรมคำนวณได้ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปร 3 ตัวขึ้นไป
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จำนวน 420 ชุด และได้จัดลำดับผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองคำแท่งเงิน ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อทองคำแท่งเงิน ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภททองคำที่นำมาใช้บริการ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	157	37.4
หญิง	263	62.6
รวม	420	100.00
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	29	6.9
25 – 30 ปี	208	49.5
31 – 35 ปี	67	16.0
36 - 40 ปี	47	11.2
41 – 45 ปี	25	6.0
46 – 50 ปี	13	3.1
51 – 55 ปี	15	3.6
56 – 60 ปี	13	3.1
60 ปี ขึ้นไป	3	0.7
รวม	420	100.00
สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	244	58.1
สมรส/อยู่ด้วยกัน	158	37.6
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	18	4.3
รวม	420	100.00

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของคำที่นำมาใช้บริการ (ต่อ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	23	5.5
มัธยมศึกษา	31	7.4
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	114	27.1
ปริญญาตรี	233	55.5
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	19	4.5
รวม	420	100.00
อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน	145	34.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ	117	27.9
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	112	26.7
ลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป	46	11.0
รวม	420	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	14	3.3
10,001-20,000 บาท	192	45.7
20,001-30,000 บาท	140	33.3
30,001-40,000 บาท	48	11.4
40,001-50,000 บาท	16	3.8
50,000 บาทขึ้นไป	10	2.4
รวม	420	100.00
ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทองคำแท่ง	39	9.3
ทองคำรูปพรรณ	381	90.7
รวม	420	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นถึง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 420 คน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ ได้ดังนี้

ด้านเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ที่เหลือเป็นชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4

ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ด้านสถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ด้านอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ อาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ด้านประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นำทองคำรูปพรรณมาใช้บริการ จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 90.7

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภททองคำที่นำมาใช้บริการ ระหว่างธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับ โรงรับจำนำ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธนาคารไทยเครดิตฯ		โรงรับจำนำ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ				
ชาย	74	35.2	83	39.5
หญิง	136	64.8	127	60.5
รวม	210	100.00	210	100.00
อายุ				
ไม่เกิน 25 ปี	14	6.7	15	7.1
25 – 30 ปี	116	55.2	92	43.8
31 – 35 ปี	34	16.2	33	15.7
36 - 40 ปี	19	9.0	28	13.3
41 – 45 ปี	6	2.9	19	9.0
46 – 50 ปี	6	2.9	7	3.3
51 – 55 ปี	5	2.4	10	4.8
56 – 60 ปี	7	3.3	6	2.9
60 ปี ขึ้นไป	3	1.4	-	-
รวม	210	100.00	210	100.00
สถานภาพ				
โสด	136	64.8	108	51.4
สมรส/อยู่ด้วยกัน	68	32.4	90	42.9
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	6	2.9	12	5.7
รวม	210	100.00	210	100.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ ระหว่างธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับ ใ้รับจำนำ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธนาคารไทยเครดิตฯ		ใ้รับจำนำ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด				
ประถมศึกษา	12	5.7	11	5.2
มัธยมศึกษา	10	4.8	21	10.0
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	25	11.9	89	42.4
ปริญญาตรี	144	68.6	89	42.4
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	19	9.0	-	-
รวม	210	100.00	210	100.00
อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน/ พนักงานโรงงาน	83	39.5	62	29.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ	64	30.5	53	25.2
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	53	25.2	59	28.1
ลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป	10	4.8	36	17.1
รวม	210	100.00	210	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	8	3.8	6	2.9
10,001-20,000 บาท	87	41.4	106	50.5
20,001-30,000 บาท	64	30.5	76	36.2
30,001-40,000 บาท	26	12.4	22	10.5
40,001-50,000 บาท	15	7.1	-	-
50,000 บาทขึ้นไป	10	4.8	-	-
รวม	210	100.00	210	100.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ ระหว่างธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับ โรงรับจำนำ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธนาคารไทยเครดิตฯ		โรงรับจำนำ	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประเภทของทองคำ				
ทองคำแท่ง	39	18.6	-	-
ทองคำรูปพรรณ	171	81.4	210	100
รวม	210	100.00	210	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้กลุ่มตัวอย่างระหว่างผู้ใช้บริการระหว่าง ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อยกับ โรงรับจำนำ ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนอย่างละ 210 คน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ ได้ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 ที่เหลือเป็นชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ที่เหลือเป็นชาย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ด้านอายุ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ 56-60 ปีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ด้านสถานภาพ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ด้านระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 รองลงมาคือ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ มัธยมศึกษาจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเท่ากับระดับการศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ด้านอาชีพ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ อาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ อาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1

ด้านรายได้ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ด้านประเภททองคำที่นำมาใช้บริการ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ส่วนใหญ่นำทองคำรูปพรรณมาใช้บริการจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่นำทองคำรูปพรรณใช้บริการจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน ระหว่างธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ

ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ของความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแลกเงิน	ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย				โรงรับจำนำ			
	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ด้านร่างกาย								
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่ง ชุมชน สะดวก	3.83	0.973	มาก	(5)	3.82	0.796	มาก	(3)
2. สถานที่ตั้งมีมุมพักผ่อน ในการรอรับบริการ	3.45	0.923	มาก	(6)	3.40	0.918	ปานกลาง	(6)
ด้านความปลอดภัย								
1. มีความปลอดภัยในการเก็บรักษา ทองคำที่นำมาใช้บริการ	4.01	0.867	มาก	(2)	3.81	0.740	มาก	(4)
2. มีความเป็นส่วนตัว ของสถานบริการ	3.86	0.927	มาก	(4)	3.66	0.851	มาก	(5)
ด้านสังคม								
1. มีการให้บริการที่ดี	4.08	0.849	มาก	(1)	3.97	0.770	มาก	(1)

ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ
ของความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย
กับโรงรับจำนำ (ต่อ)

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย				โรงรับจำนำ			
	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ด้านการยอมรับ								
1. ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือของ สถานที่ให้บริการ	3.93	0.845	มาก	(3)	3.87	0.781	มาก	(2)
ภาพรวม	3.86	0.715	มาก		3.75	0.542	มาก	

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของความต้องการใช้
บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนคร
รังสิต จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

ด้านความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม
ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และ 3.75 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อพบว่า
ผู้ให้บริการธนาคารฯ ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญของความต้องในการใช้บริการสินเชื่อทองแดง
เงิน อันดับ 1 ในด้านสังคม คือในเรื่องของการให้บริการที่ดี มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยในการเก็บรักษาทองคำที่นำมาให้บริการในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ผู้ให้บริการโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญของความต้องในการใช้บริการ
สินเชื่อทองแดงเงิน อันดับ 1 ในด้านสังคม คือในเรื่องของการให้บริการที่ดี มีความสำคัญอยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ ด้านการยอมรับ ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือของสถานที่ใช้
บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อทองคำระหว่าง
ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ

ตารางที่ 4.4 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินค้าเชื่อทองคำ ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย
กับโรงรับจำนำ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สินค้าเชื่อทองคำ	ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย				โรงรับจำนำ			
	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ อย่างต่อเนื่อง	3.71	0.873	มาก	(1)	3.55	0.782	มาก	(2)
2. หลักเกณฑ์การกู้เงินระยะสั้นมีความ เหมาะสม	3.69	0.878	มาก	(2)	3.64	0.765	มาก	(1)
ภาพรวม	3.69	0.803	มาก		3.59	0.671	มาก	
ด้านราคา								
1. การอนุมัติให้วงเงินของสินเชื่อ ที่สูงกว่า	3.65	0.857	มาก	(2)	3.66	0.748	มาก	(2)
2. ค่าธรรมเนียมการใช้บริการมีความ เหมาะสม	3.61	0.874	มาก	(3)	3.42	0.947	มาก	(3)
3. ดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าที่อื่น	3.68	0.938	มาก	(1)	3.73	0.851	มาก	(1)
ภาพรวม	3.64	0.813	มาก		3.60	0.709	มาก	
ด้านการจัดจำหน่าย								
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวก ในการติดต่อ	3.91	0.828	มาก	(1)	3.84	0.718	มาก	(1)
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และสะดวก	3.64	0.914	มาก	(2)	3.47	0.929	มาก	(2)
ภาพรวม	3.77	0.779	มาก		3.65	0.624	มาก	

ตารางที่ 4.4 แสดงภาพรวมของค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ
ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อทองคำ ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย
กับโรงรับจำนำ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สินเชื่อทองคำ	ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย				โรงรับจำนำ			
	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ	\bar{x}	SD	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1. การโฆษณา ประสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ โบปปลิวแผ่นพับ ป้ายผ้า จดหมายเชิญชวน	3.82	0.908	มาก	(1)	3.87	0.851	มาก	(1)
2. มีการแจกของที่ระลึก ในเทศกาลต่างๆ	3.59	0.990	มาก	(2)	3.56	0.917	มาก	(2)
3. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริม การขายนอกสถานที่	3.52	0.964	มาก	(3)	3.49	0.892	มาก	(3)
ภาพรวม	3.64	0.827	มาก		3.63	0.707	มาก	

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดสินเชื่อทองคำ ระหว่างธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาล
นครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.69 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง
มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อันดับ 2 คือ หลักเกณฑ์การกู้เงินระยะสั้น
มีความเหมาะสม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.59 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ หลักเกณฑ์การกู้เงินระยะสั้นมีความเหมาะสม
มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 อันดับ 2 คือ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ
อย่างต่อเนื่อง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ด้านราคา พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.64 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ ดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าที่อื่น มีความสำคัญอยู่ในระดับ

มากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 อันดับ 2 คือการอนุมัติให้วงเงินของสินเชื่อที่สูงกว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ ดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าที่อื่น มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 อันดับ 2 คือ การอนุมัติให้วงเงินของสินเชื่อที่สูงกว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการติดต่อ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 อันดับ 2 คือสถานที่จอดรถเพียงพอสะดวก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่าอันดับ 1 คือสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 อันดับ 2 คือ สถานที่จอดรถเพียงพอสะดวกมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

ผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารฯ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อ พบว่าอันดับ 1 คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 อันดับ 2 คือ การแจกของที่ระลึกตามเทศกาลต่าง ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ผู้ที่ใช้บริการกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อจัดอันดับในแต่ละข้อพบว่าอันดับ 1 คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 อันดับ 2 คือการแจกของที่ระลึกตามเทศกาลต่าง ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอนุมานมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้วิเคราะห์จะใช้สถิติ Independent Sample t-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.5 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ต่างกัน

ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย					
	เพศ	Mean	SD	t	df	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ชาย	3.76	0.745	1.573	208	0.117
	หญิง	3.57	0.880			
2. ด้านความปลอดภัย	ชาย	4.00	0.714	0.930	208	0.354
	หญิง	3.89	0.867			
3. ด้านสังคม	ชาย	4.20	0.793	1.598	208	0.112
	หญิง	4.00	0.873			
4. ด้านการยอมรับ	ชาย	3.93	0.764	-0.011	208	0.991
	หญิง	3.93	0.887			
ภาพรวม	ชาย	3.94	0.635	1.281	208	0.201
	หญิง	3.81	0.753			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวมพบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.201 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ โรงรับจำนำ แตกต่างกัน

ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	โรงรับจำนำ					
	t – test for Equality of Means					
	เพศ	Mean	SD	t	df	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ชาย	3.79	0.597	0.077	208	0.939
	หญิง	3.73	0.505			
2. ด้านความปลอดภัย	ชาย	3.61	0.805	0.714	208	0.476
	หญิง	3.60	0.717			
3. ด้านสังคม	ชาย	3.77	0.677	2.674	208	0.008*
	หญิง	3.70	0.578			
4. ด้านการยอมรับ	ชาย	4.14	0.798	-0.601	208	0.549
	หญิง	3.85	0.731			
ภาพรวม	ชาย	3.83	0.823	0.758	154.597	0.450
	หญิง	3.89	0.754			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.450 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ต่างกัน จำแนกตามอายุ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	18.767	8	2.346	3.674	0.001*
	ภายในกลุ่ม	128.339	201	0.639		
	รวม	147.106	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	9.512	8	1.189	1.840	0.072
	ภายในกลุ่ม	129.871	201	0.646		
	รวม	139.382	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	18.651	8	2.331	3.547	0.001*
	ภายในกลุ่ม	132.130	201	0.657		
	รวม	150.781	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	12.090	8	1.511	2.218	0.028*
	ภายในกลุ่ม	136.977	201	0.681		
	รวม	149.067	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.655	8	1.582	3.372	0.001*
	ภายในกลุ่ม	94.303	201	0.469		
	รวม	106.958	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ จำแนกตามอายุ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่าอายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯแตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย ด้านสังคม ด้านการยอมรับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.001 และ 0.028 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯด้านร่างกาย ด้านสังคม ด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.10	3.69	3.89	3.86	4.55	4.27	4.30	4.38	4.61
ไม่ เกิน 25 ปี	4.10	-	0.414 (0.034*)	0.214 (0.324)	0.238 (0.324)	-0.448 (0.181)	-0.170 (0.610)	-0.192 (0.589)	-0.273 (0.389)	-0.503 (0.249)
25-30 ปี	3.69	-	-	-0.199 (0.137)	-0.175 (0.301)	-0.863 (0.003*)	-0.585 (0.043*)	-0.607 (0.054)	-0.688 (0.011*)	-0.918 (0.023*)
31-35 ปี	3.89	-	-	-	0.023 (0.904)	-0.663 (0.030*)	-0.385 (0.205)	-0.407 (0.215)	-0.488 (0.087)	-0.718 (0.083)
36-40 ปี	3.86	-	-	-	-	-0.687 (0.033*)	-0.409 (0.203)	-0.431 (0.211)	-0.512 (0.092)	-0.742 (0.082)
41-45 ปี	4.55	-	-	-	-	-	0.277	0.255	0.174	-0.055

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ LSD (ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.10	3.69	3.89	3.86	4.55	4.27	4.30	4.38	4.61
						(0.483)	(0.583)	(0.538)	(0.909)	
46-50 ปี	4.27	-	-	-	-	-	-0.222	-0.103	-0.333	
51-55 ปี	4.30	-	-	-	-	-	-	-0.809	-0.311	
								(0.840)	(0.535)	
56-60 ปี	4.38	-	-	-	-	-	-	-	-0.230	
									(0.627)	
60 ปี ขึ้นไป	4.61	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี
มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุไม่เกิน 25
ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 25-30 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.414

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003, 0.043, 0.011 และ 0.023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ
ความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 25-30 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี อายุ 46-50 ปี
อายุ 56-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.863, 0.585, 0.688 และ 0.918

ผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05
หมายความว่า อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.663

ผู้ที่มีอายุ 36-40 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05
หมายความว่า อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.687

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามอายุ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)							
		กลุ่ม J							
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
กลุ่ม I \bar{x}	3.92	3.42	3.70	3.73	4.50	4.08	4.30	4.14	4.50
ไม่ เกิน 25 ปี	-	0.506 (0.026*)	0.222 (0.381)	0.191 (0.497)	-0.571 (0.144)	-0.154 (0.692)	-0.371 (0.373)	-0.214 (0.563)	-0.571 (0.262)
25-30 ปี	-	-	-0.283 (0.070)	-0.314 (0.113)	-1.077 (0.001*)	-0.660 (0.050*)	-0.877 (0.017*)	-0.720 (0.022*)	-1.077 (0.022*)
31-35 ปี	-	-	-	-0.309 (0.893)	-0.794 (0.026*)	-0.377 (0.287)	-0.594 (0.122)	-0.436 (0.189)	-0.794 (0.100)
36-40 ปี	-	-	-	-	-0.763 (0.043*)	-0.346 (0.356)	-0.563 (0.162)	-0.406 (0.252)	-0.763 (0.126)
41-45 ปี	-	-	-	-	-	0.416 (0.368)	0.200 (0.680)	0.357 (0.423)	0.000 (1.000)
46-50 ปี	-	-	-	-	-	-	-0.216 (0.655)	-0.059 (0.894)	-0.416 (0.462)
51-55 ปี	-	-	-	-	-	-	-	0.157 (0.737)	-0.200 (0.732)

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามอายุ LSD (ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	3.92	3.42	3.70	3.73	4.50	4.08	4.30	4.14	4.50
56-60 ปี	4.14	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.357
										(0.518)
60 ปี ขึ้นไป	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี
มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุไม่เกิน
25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 25-30 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.506

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.050, 0.017, 0.022 และ 0.022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า
ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 25-30 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี
อายุ 46-50 ปี อายุ 51-55 ปี อายุ 56-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.077, 0.660,
0.877, 0.720 และ 1.077

ผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05
หมายความว่า อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.794

ผู้ที่มีอายุ 36-40 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05
หมายความว่า อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.763

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I \bar{x}	4.28	3.86	4.23	4.05	4.50	5.00	4.60	4.57	5.00	
ไม่ เกิน 25 ปี	4.28	-	0.423	0.050	0.233	-0.214	-0.714	-0.314	-0.285	-0.714
			(0.066)	(0.845)	(0.415)	(0.589)	(0.072)	(0.458)	(0.447)	(0.168)
25-30 ปี	3.86	-	-	-0.373	-0.190	-0.637	-1.137	-0.737	-0.709	-1.137
				(0.019*)	(0.343)	(0.062)	(0.001*)	(0.048*)	(0.026*)	(0.017*)
31-35 ปี	4.23	-	-	-	0.182	-0.264	-0.764	-0.364	-0.336	-0.764
					(0.432)	(0.462)	(0.034*)	(0.349)	(0.319)	(0.119)
36-40 ปี	4.05	-	-	-	-	-0.447	-0.947	-0.547	-0.518	-0.947
						(0.240)	(0.013*)	(0.181)	(0.149)	(0.061)
41-45 ปี	4.50	-	-	-	-	-	-0.500	-1.000	-0.714	-0.500
							(0.287)	(0.839)	(0.874)	(0.384)
46-50 ปี	5.00	-	-	-	-	-	-	0.400	0.428	0.000
								(0.416)	(0.343)	(1.000)
51-55 ปี	4.60	-	-	-	-	-	-	-	0.028	-0.400
									(0.952)	(0.500)

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ LSD (ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.28	3.86	4.23	4.05	4.50	5.00	4.60	4.57	5.00
56-60 ปี	4.57	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.428
										(0.445)
60 ปี ขึ้นไป	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019, 0.001, 0.048, 0.026 และ 0.017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 25-30 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 31-35 ปี อายุ 46-50 ปี อายุ 51-55 ปี อายุ 56-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.373, 1.137, 0.737, 0.709 และ 1.137

ผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.764 ผู้ที่มีอายุ 36-40 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.947

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามอายุ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.28	3.84	3.76	3.94	4.66	4.00	3.80	4.42	5.00
ไม่ เกิน 25 ปี	4.28	-	0.440 (0.061)	0.521 (0.048*)	0.338 (0.246)	-0.380 (0.345)	0.285 (0.479)	0.485 (0.260)	-0.142 (0.709)	0.714 (0.175)
25-30 ปี	3.84	-	-	0.801 (0.619)	-0.102 (0.616)	-0.821 (0.018*)	-0.155 (0.654)	0.044 (0.905)	-0.583 (0.071)	-1.155 (0.018*)
31-35 ปี	3.76	-	-	-	-0.182 (0.441)	-0.901 (0.014*)	-0.235 (0.521)	-0.035 (0.929)	-0.663 (0.054)	-1.235 (0.014*)
36-40 ปี	3.94	-	-	-	-0.719 (0.064)	-0.526 (0.892)	0.147 (0.723)	-0.481 (0.189)	-1.052 (0.041*)	
41-45 ปี	4.66	-	-	-	-	0.666 (0.163)	0.866 (0.084)	0.238 (0.605)	-0.333 (0.569)	
46-50 ปี	4.00	-	-	-	-	-	0.200 (0.690)	-0.428 (0.352)	-1.000 (0.088)	
51-55 ปี	3.80	-	-	-	-	-	-	-0.628 (0.195)	-1.200 (0.048*)	

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามอายุ LSD (ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.28	3.84	3.76	3.94	4.66	4.00	3.80	4.42	5.00
56-60 ปี	4.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.571
										(0.317)
60 ปี ขึ้นไป	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่าอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 31-35 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.521

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 และ 0.018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 25-30 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี อายุ 60 ปีขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.821 และ 1.155

ผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี อายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.901 และ 1.235

ผู้ที่มีอายุ 36-40 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.052

ผู้ที่มีอายุ 51-55 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 51-55 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.200

ตารางที่ 4.12 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ ไร่รับจำนำ แยกต่างกัน จำแนกตามอายุ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	7.775	7	1.111	2.036	0.052
	ภายในกลุ่ม	110.206	202	0.546		
	รวม	117.981	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.932	7	0.705	1.894	0.072
	ภายในกลุ่ม	75.135	202	0.372		
	รวม	80.067	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	19.994	7	2.856	5.557	0.000*
	ภายในกลุ่ม	103.835	202	0.514		
	รวม	123.829	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	5.584	7	0.798	1.321	0.242
	ภายในกลุ่ม	121.944	202	.0604		
	รวม	127.529	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.943	7	0.420	1.447	0.188
	ภายในกลุ่ม	58.677	202	0.290		
	รวม	61.620	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ จำแนกตามอายุ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.188 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปว่าอายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ ด้านสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.13	3.82	4.12	4.21	3.36	5.00	4.10	4.33	-
ไม่ เกิน 25 ปี	4.13	-	0.307 (0.125)	0.012 (0.957)	-0.080 (0.725)	0.764 (0.002*)	-0.866 (0.009*)	0.333 (0.909)	-0.200 (0.564)	-
25-30 ปี	3.82	-	-	-0.295 (0.044*)	-0.388 (0.013*)	0.457 (0.012*)	-1.173 (0.000*)	-0.273 (0.253)	-0.507 (0.095)	-
31-35 ปี	4.12	-	-	-	-0.093 (0.614)	0.752 (0.000*)	-0.878 (0.004*)	0.021 (0.935)	-0.212 (0.506)	-
36-40 ปี	4.21	-	-	-	-	0.845 (0.000*)	-0.785 (0.010*)	0.114 (0.666)	-0.119 (0.712)	-
41-45 ปี	3.36	-	-	-	-	-	-1.631 (0.000*)	-0.731 (0.010*)	-0.964 (0.004*)	-
46-50 ปี	5.00	-	-	-	-	-	-	0.900 (0.012*)	0.666 (0.096)	-
51-55 ปี	4.10	-	-	-	-	-	-	-	-0.233 (0.529)	-

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ LSD (ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)								
		กลุ่ม J								
อายุ	ไม่ เกิน 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	51-55 ปี	56-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	4.13	3.82	4.12	4.21	3.36	5.00	4.10	4.33	-
56-60 ปี	4.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60 ปี ขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.044, 0.013, 0.012 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 25-30 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 31-35 ปี อายุ 36-40 ปี อายุ 41-45 ปี และอายุ 46-50 ปี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.295, 0.388, 0.457 และ 1.173

ผู้ที่มีอายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี อายุ 46-50 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.752 และ 0.878

ผู้ที่มีอายุ 36-40 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 41-45 ปี อายุ 46-50 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.845 และ 0.785

ผู้ที่มีอายุ 41-55 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.010 และ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า 41-55 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 46-50 ปี อายุ 51-55 ปี และอายุ 56-60 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.631, 0.731, 0.964

ผู้ที่มีอายุ 46-50 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 51-55 ปี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.900

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อ
ทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน
ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน
ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ แตกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	1.762	2	0.881	1.254	0.287
	ภายในกลุ่ม	145.344	207	0.702		
	รวม	147.106	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	0.567	2	0.284	0.423	0.656
	ภายในกลุ่ม	138.815	207	0.671		
	รวม	139.382	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.781	2	2.390	3.389	0.036*
	ภายในกลุ่ม	146.000	207	0.705		
	รวม	150.781	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	1.008	2	0.504	0.705	0.496
	ภายในกลุ่ม	148.059	207	0.715		
	รวม	149.067	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.120	2	0.560	1.095	0.336
	ภายในกลุ่ม	105.838	207	0.511		
	รวม	106.958	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความ
ต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig.
เท่ากับ 0.336 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธ

สมมติฐาน H_1 สรุปว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามสถานภาพ LSD

สถานภาพ	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
		กลุ่ม J	ไสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน
	\bar{x}			
กลุ่ม I		3.97	4.29	4.00
ไสด	3.97	-	-0.323	-0.029
			(0.010*)	(0.933)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.29	-	-	0.294
				(0.412)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.00	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามสถานภาพ พบว่าสถานภาพไสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า สถานภาพไสด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.323

ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ ไร่รับจำ แยกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	8.793	2	4.396	8.335	0.000*
	ภายในกลุ่ม	109.188	207	0.527		
	รวม	117.981	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.224	2	2.112	5.764	0.004*
	ภายในกลุ่ม	75.843	207	0.366		
	รวม	80.067	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	7.456	2	3.728	6.632	0.002*
	ภายในกลุ่ม	116.372	207	0.562		
	รวม	123.829	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	1.288	2	0.644	1.056	0.350
	ภายในกลุ่ม	126.241	207	0.610		
	รวม	127.529	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.053	2	2.027	7.287	0.001*
	ภายในกลุ่ม	57.567	207	0.278		
	รวม	61.620	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ แยกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.004 และ 0.002 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย และด้านสังคม แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพ LSD

สถานภาพ	กลุ่ม I	\bar{x}	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
			กลุ่ม J		
			โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
กลุ่ม I	\bar{x}	3.63	3.84	4.13	
โสด	3.63	-	-0.210 (0.006*)	-0.503 (0.002*)	
สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.84	-	-	-0.292 (0.072)	
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.13	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพ โสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า สถานภาพ โสด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.210 และ 0.503

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามสถานภาพ LSD

สถานภาพ	กลุ่ม I	\bar{x}	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
			กลุ่ม J		
			โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
กลุ่ม I	\bar{x}	3.43	3.73	4.20	
โสด	3.43	-	-0.293 (0.005*)	-0.768 (0.001*)	
สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.73	-	-	-0.475 (0.035*)	
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.20	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริษัทเงินกับ โรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพ โสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า สถานภาพ โสด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.293 และ 0.768

สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.475

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริษัทเงินกับ โรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ LSD

สถานภาพ	กลุ่ม J	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
		โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
กลุ่ม I	\bar{x}	3.66	3.73	4.29
โสด	3.66	-	-0.722 (0.404)	-0.625 (0.001*)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.73	-	-	-0.552 (0.003*)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.29	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริษัทเงินกับ โรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพโสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า สถานภาพ โสด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.722

สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.552

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามสถานภาพ LSD

สถานภาพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J		
		โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
กลุ่ม I	\bar{x}			
โสด	3.80	3.80	4.18	3.83
สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.18	-	-0.383	-0.277
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.83	-	-	-
			(0.000*)	(0.903)
				(0.124)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามสถานภาพ พบว่าสถานภาพโสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า สถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.383

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	14.836	4	3.709	5.748	0.000*
	ภายในกลุ่ม	132.270	205	0.645		
	รวม	147.106	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	6.048	4	1.512	2.325	0.058
	ภายในกลุ่ม	133.334	205	0.650		
	รวม	139.382	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	17.574	4	4.393	6.761	0.000*
	ภายในกลุ่ม	133.207	205	0.650		
	รวม	150.781	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	3.675	4	0.919	1.295	0.273
	ภายในกลุ่ม	145.392	205	0.709		
	รวม	149.067	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.155	4	2.289	4.797	0.001*
	ภายในกลุ่ม	97.803	205	0.477		
	รวม	106.958	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย และด้านสังคม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
ระดับการศึกษา	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
กลุ่ม I	\bar{x}	4.40	4.26	3.99	3.73	4.10
ประถมศึกษา	4.40	-	0.136 (0.646)	0.409 (0.093)	0.671 (0.001*)	0.297 (0.244)
มัธยมศึกษา	4.26	-	-	0.273 (0.291)	0.535 (0.019*)	0.161 (0.550)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	3.99	-	-	-	0.261 (0.082)	-0.111 (0.595)
ปริญญาตรี	3.73	-	-	-	-	-0.373 (0.028*)
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.10	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ที่มีการศึกษาประถมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.671

ผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.535

ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.373

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามระดับการศึกษา LSD

ระดับการศึกษา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า
	\bar{x}	4.37	4.15	3.88	3.47	3.81
ประถมศึกษา	4.37	-	0.225 (0.514)	0.495 (0.081)	0.895 (0.000*)	0.559 (0.060)
มัธยมศึกษา	4.15	-	-	0.270 (0.370)	0.670 (0.011*)	0.334 (0.288)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	3.88	-	-	-	0.400 (0.022*)	0.642 (0.793)
ปริญญาตรี	3.47	-	-	-	-	-0.336 (0.088)
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.81	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาประถมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.895

ผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.670

ผู้ที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.400

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD

ระดับการศึกษา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
กลุ่ม I	\bar{x}	5.00	4.40	4.24	3.90	4.36
ประถมศึกษา	5.00	-	0.600 (0.084)	0.760 (0.008*)	1.090 (0.000*)	0.631 (0.035*)
มัธยมศึกษา	4.40	-	-	0.160 (0.596)	0.490 (0.064)	0.031 (0.920)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	4.24	-	-	-	0.330 (0.060)	-0.128 (0.601)
ปริญญาตรี	3.90	-	-	-	-	-0.458 (0.021*)
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.36	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาประถมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008, 0.000 และ 0.035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.760, 1.090 และ 0.631

ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.458

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ ใ้รับจํานำ แตกต่างกัน จําแนกตามระดับการศึกษา

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	12.612	3	4.204	8.219	0.000*
	ภายในกลุ่ม	105.369	206	0.512		
	รวม	117.981	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	0.650	3	0.217	0.562	0.641
	ภายในกลุ่ม	79.416	206	0.386		
	รวม	80.067	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	18.449	3	6.150	12.022	0.000*
	ภายในกลุ่ม	105.379	206	0.512		
	รวม	123.829	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	.407	3	0.136	0.220	0.883
	ภายในกลุ่ม	127.122	206	0.617		
	รวม	127.529	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.647	3	1.549	5.600	0.001*
	ภายในกลุ่ม	56.973	206	0.277		
	รวม	61.620	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ใ้รับจํานำ จําแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ใ้รับจํานำ แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ใ้รับจํานำ ด้านร่างกาย และด้านสังคม แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม
จำแนกตามระดับการศึกษา LSD

ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า
กลุ่ม I	\bar{x}	4.12	3.76	3.86	3.59	-
ประถมศึกษา	4.12	-	0.351 (0.074)	0.259 (0.124)	0.521 (0.002*)	-
มัธยมศึกษา	3.76	-	-	-0.915 (0.474)	0.170 (0.183)	-
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	3.86	-	-	-	0.262 (0.001*)	-
ปริญญาตรี	3.59	-	-	-	-	-
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาประถมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษา ปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.521

ผู้ที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษา ปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.262

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย
จำแนกตามระดับการศึกษา LSD

ระดับการศึกษา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
ระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี
กลุ่ม I	\bar{x}	4.13	3.66	3.79	3.34
ประถมศึกษา	4.13	-	0.469 (0.079)	0.338 (0.140)	0.793 (0.001*)
มัธยมศึกษา	3.66	-	-	-0.131 (0.451)	0.323 (0.063)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	3.79	-	-	-	0.455 (0.000*)
ปริญญาตรี	3.34	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาประถมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษา ปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.793

ผู้ที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษา ปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.455

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา LSD

ระดับการศึกษา	กลุ่ม I	\bar{x}	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
			กลุ่ม J			
			ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี
กลุ่ม I	\bar{x}	5.00	4.04	4.07	3.71	
ประถมศึกษา	5.00	-	0.952 (0.000*)	0.921 (0.000*)	1.280 (0.000*)	
มัธยมศึกษา	4.04	-	-	-0.310 (0.858)	0.328 (0.060)	
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	4.07	-	-	-	0.359 (0.001*)	
ปริญญาตรี	3.71	-	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาประถมศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.952, 0.921 และ 1.280

ผู้ที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.359

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	6.471	3	2.157	3.159	0.026*
	ภายในกลุ่ม	140.635	206	0.683		
	รวม	147.106	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	6.080	3	2.027	3.132	0.027*
	ภายในกลุ่ม	133.302	206	0.647		
	รวม	139.382	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	8.608	3	2.869	4.157	0.007*
	ภายในกลุ่ม	142.173	206	0.690		
	รวม	150.781	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	5.328	3	1.776	2.545	0.057
	ภายในกลุ่ม	143.738	206	0.698		
	รวม	149.067	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.766	3	1.922	3.913	0.010*
	ภายในกลุ่ม	101.192	206	0.491		
	รวม	106.958	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย และด้านสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026, 0.027 และ 0.007 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการ

ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย และด้านสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	กลุ่ม I	\bar{x}	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
			กลุ่ม J			
			พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานโรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานโรงงาน	3.73	-	-0.041 (0.725)	-0.387 (0.002*)	-0.315 (0.181)	
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.77	-	-	-0.346 (0.008*)	-0.273 (0.252)	
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	4.12	-	-	-	0.072 (0.764)	
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.05	-	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.387

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.346

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	กลุ่ม I	\bar{x}	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
			กลุ่ม J			
			พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.51	-	-0.042 (0.757)	-0.346 (0.018*)	-0.587 (0.035*)	
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.55	-	-	-0.303 (0.049*)	-0.545 (0.054)	
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	3.85	-	-	-	-0.241 (0.398)	
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.10	-	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 และ 0.035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.346 และ 0.587

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.303

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.83	3.82	4.21	4.05
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.83	-	0.110 (0.934)	-0.385 (0.007*)	-0.218 (0.418)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.82	-	-	-0.396 (0.009*)	-0.229 (0.402)
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	4.21	-	-	-	0.166 (0.548)
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.05	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.385

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.396

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.91	3.98	4.39	4.30
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.91	-	-0.068 (0.620)	-0.480 (0.001*)	-0.384 (0.168)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.98	-	-	-0.411 (0.008*)	-0.315 (0.265)
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	4.39	-	-	-	0.096 (0.737)
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.30	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.480

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.411

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ โรงรับจำนำ แยกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	8.832	3	2.944	5.557	0.001*
	ภายในกลุ่ม	109.149	206	0.530		
	รวม	117.981	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.688	3	1.563	4.270	0.006*
	ภายในกลุ่ม	75.379	206	0.366		
	รวม	80.067	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	6.700	3	2.233	3.928	0.009*
	ภายในกลุ่ม	117.129	206	0.569		
	รวม	123.829	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	3.841	3	1.280	2.133	0.097
	ภายในกลุ่ม	123.687	206	0.600		
	รวม	127.529	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.604	3	1.201	4.266	0.006*
	ภายในกลุ่ม	58.016	206	0.282		
	รวม	61.620	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อ ความ
ต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ โรงรับจำนำ จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig.
เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับ
สมมติฐาน H_1 สรุปว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ
โรงรับจำนำ แยกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย และด้านสังคมมีค่า
Sig. เท่ากับ 0.001, 0.006 และ 0.009 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ โรงรับจำนำ ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย และด้านสังคม
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD
(Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.61	3.72	3.78	4.00
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.61	-	-0.107 (0.281)	-0.169 (0.080)	-0.391 (0.001*)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.72	-	-	-0.062 (0.535)	-0.284 (0.014*)
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	3.78	-	-	-	-0.222 (0.049*)
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.391

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.284

อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.222

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ โรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.43	3.64	3.50	4.02
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.43	-	-0.206 (0.132)	-0.072 (0.582)	-0.592 (0.000*)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.64	-	-	0.133 (0.335)	-0.386 (0.015*)
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	3.50	-	-	-	-0.519 (0.001*)
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.02	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ โรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพ ลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.592

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.386

อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.519

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
อาชีพ		พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.51	3.79	3.78	3.93
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.51	-	-0.276 (0.015*)	-0.272 (0.014*)	-0.414 (0.001*)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.79	-	-	0.004 (0.970)	-0.138 (0.292)
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	3.78	-	-	-	-0.142 (0.267)
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	3.93	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015, 0.014 และ 0.001 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงานมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขายและลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.276, 0.272 และ 0.414

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ โรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ LSD

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	ธุรกิจ ส่วนตัว ค้าขาย	ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.83	3.79	4.22	4.05
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน โรงงาน	3.83	-	0.046 (0.743)	-0.381 (0.006*)	-0.216 (0.171)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างภาครัฐ	3.79	-	-	-0.427 (0.003*)	-0.263 (0.108)
ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	4.22	-	-	-	0.164 (0.303)
ลูกจ้างรายวัน รับจ้างทั่วไป	4.05	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงาน โรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.381

อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.427

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	13.129	5	2.626	3.998	0.002*
	ภายในกลุ่ม	133.977	204	0.657		
	รวม	147.106	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	10.575	5	2.115	3.350	0.006*
	ภายในกลุ่ม	128.807	204	0.631		
	รวม	139.382	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	9.172	5	1.834	2.643	0.024*
	ภายในกลุ่ม	141.609	204	0.694		
	รวม	150.781	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	8.674	5	1.735	2.521	0.031*
	ภายในกลุ่ม	140.392	204	0.688		
	รวม	149.067	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.367	5	1.673	3.463	0.005*
	ภายในกลุ่ม	98.591	204	0.483		
	รวม	106.958	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ จำแนกตามรายได้ ในภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่ารายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านสังคมและด้านการยอมรับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002, 0.006, 0.024 และ 0.031 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ

ความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริการทางการเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย ด้านสังคม และด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริการทางการเงิน กับธนาคารฯ ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	ต่ำกว่า	หรือเท่ากับ 10,001-20,000 บาท	หรือเท่ากับ 20,001-30,000 บาท	หรือเท่ากับ 30,001-40,000 บาท	หรือเท่ากับ 40,001-50,000 บาท	หรือเท่ากับ 50,000 บาทขึ้นไป
		10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
กลุ่ม I	\bar{x}	3.66	3.72	3.83	3.97	4.41	4.25
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.66	-	-0.574 (0.823)	-0.166 (0.523)	-0.307 (0.275)	-0.744 (0.015*)	-0.583 (0.078)
10,001-20,000 บาท	3.72	-	-	-0.109 (0.341)	-0.250 (0.109)	-0.686 (0.001*)	-0.525 (0.025*)
20,001-30,000 บาท	3.83	-	-	-	-0.141 (0.384)	-0.577 (0.004*)	-0.416 (0.079)
30,001-40,000 บาท	3.97	-	-	-	-	-0.436 (0.054)	-0.275 (0.288)
40,001-50,000 บาท	4.41	-	-	-	-	-	0.161 (0.571)
50,000 บาทขึ้นไป	4.25	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อบริการทางการเงินกับธนาคารฯ ในภาพ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.744

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.686 และ 0.525

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเท่ากับ Sig. 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.577

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านร่างกาย จำแนกตามรายได้ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	ต่ำกว่า	หรือ	เท่ากับ	ต่ำกว่า	หรือ	เท่ากับ
		10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	3.93	3.41	3.60	3.88	4.23	4.00
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.93	-	0.517 (0.085)	0.328 (0.282)	0.528 (0.872)	-0.295 (0.405)	-0.062 (0.871)
10,001-20,000 บาท	3.41	-	-	-0.189 (0.156)	-0.465 (0.011*)	-0.813 (0.000*)	-0.580 (0.033*)
20,001-30,000 บาท	3.60	-	-	-	-0.275 (0.146)	-0.623 (0.008*)	-0.390 (0.158)
30,001-40,000 บาท	3.88	-	-	-	-	-0.348 (0.186)	-0.115 (0.702)
40,001-50,000 บาท	4.23	-	-	-	-	-	0.233 (0.481)
50,000 บาทขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย

ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011, 0.000 และ 0.033 ซึ่งมีความน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.465, 0.813 และ 0.580

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งมีความน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.623

ตาราง 4.42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	ต่ำกว่า	หรือเท่ากับ 10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป
		ต่ำกว่า	หรือเท่ากับ 10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.68	3.81	3.85	4.07	4.60	4.30
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.68	-	-0.128 (0.662)	-0.171 (0.565)	-0.389 (0.227)	-0.912 (0.009*)	-0.612 (0.106)
10,001-20,000 บาท	3.81	-	-	-0.432 (0.741)	-0.260 (0.143)	-0.783 (0.001*)	-0.483 (0.070)
20,001-30,000 บาท	3.85	-	-	-	-0.217 (0.240)	-0.740 (0.001*)	0.440 (0.104)
30,001-40,000 บาท	4.07	-	-	-	-	-0.523 (0.044*)	-0.223 (0.451)
40,001-50,000 บาท	4.60	-	-	-	-	-	0.300 (0.356)
50,000 บาทขึ้นไป	4.30	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.912

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.783

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.740

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.044 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.523

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	กลุ่ม J					
		10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	3.62	3.94	4.10	4.11	4.53	4.60
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.62	-	-0.317 (0.303)	-0.484 (0.123)	-0.490 (0.147)	-0.908 (0.014*)	-0.975 (0.014*)
10,001-20,000 บาท	3.94	-	-	-0.166 (0.225)	-0.172 (0.354)	-0.590 (0.012*)	-0.657 (0.019*)
20,001-30,000 บาท	4.10	-	-	-	-0.006 (0.975)	-0.423 (0.078)	-0.490 (0.085)

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ LSD (ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)						
		กลุ่ม J						
รายได้	กลุ่ม I	\bar{x}	ต่ำกว่า					
			หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป
	กลุ่ม I	\bar{x}	3.62	3.94	4.10	4.11	4.53	4.60
30,001-40,000 บาท		4.11	-	-	-	-	-0.417 (0.123)	-0.484 (0.120)
40,001-50,000 บาท		4.53	-	-	-	-	-	-0.666 (0.845)
50,000 บาทขึ้นไป		4.60	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.908 และ 0.975

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 และ 0.019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.590 และ 0.657

ตารางที่ 4.44 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามรายได้ LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
รายได้		ต่ำกว่าหรือ	10,001-	20,001-	30,001-	40,001-	50,000
		เท่ากับ	20,000	30,000	40,000	50,000	บาทขึ้นไป
		10,000	บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
		บาท					
กลุ่ม I	\bar{x}	3.12	3.93	3.95	3.80	4.26	4.30
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.12	-	-0.806 (0.009*)	-0.828 (0.008*)	-0.682 (0.043*)	-1.141 (0.002*)	-1.175 (0.003*)
10,001-20,000 บาท	3.93	-	-	0.806 (0.872)	-0.022 (0.507)	0.123 (0.149)	-0.335 (0.184)
20,001-30,000 บาท	3.95	-	-	-	0.145 (0.452)	-0.313 (0.189)	-0.346 (0.220)
30,001-40,000 บาท	3.80	-	-	-	-	-0.458 (0.089)	-0.492 (0.112)
40,001-50,000 บาท	4.26	-	-	-	-	-	-0.333 (0.922)
50,000 บาทขึ้นไป	4.30	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009, 0.008, 0.043, 0.002 และ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,000-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.806, 0.828, 0.682, 1.141 และ 1.175

ตารางที่ 4.45 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ ไร่รับจำนำ แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
1. ด้านร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	16.050	3	5.350	10.812	0.000*
	ภายในกลุ่ม	101.931	206	0.495		
	รวม	117.981	209			
2. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	7.161	3	2.387	6.745	0.000*
	ภายในกลุ่ม	72.905	206	0.354		
	รวม	80.067	209			
3. ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	8.588	3	2.863	5.117	0.002*
	ภายในกลุ่ม	115.240	206	0.559		
	รวม	123.829	209			
4. ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	5.629	3	1.876	3.171	0.025*
	ภายในกลุ่ม	121.900	206	0.592		
	รวม	127.529	209			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.294	3	2.765	10.679	0.000*
	ภายในกลุ่ม	53.327	206	0.259		
	รวม	61.620	209			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความสำคัญ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ จำแนกตามรายได้ ในภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปว่ารายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านสังคมและด้านการยอมรับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.002 และ 0.025 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ ด้านความปลอดภัย ด้านสังคม และด้านการยอมรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 4.46 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ LSD

รายได้		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
กลุ่ม I	\bar{x}	4.36	3.57	3.90	3.95
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.36	-	0.788	0.457	0.406
			(0.000*)	(0.035*)	(0.084)
10,001-20,000 บาท	3.57	-	-	-0.331	-0.382
				(0.000*)	(0.002*)
20,001-30,000 บาท	3.90	-	-	-	-0.510
					(0.679)
30,001-40,000 บาท	3.95	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.035 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.788 และ 0.457

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.331 และ 0.382

ตารางที่ 4.47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามรายได้ LSD

รายได้		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
กลุ่ม I	\bar{x}	4.41	3.35	3.81	3.90
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	4.41	-	1.062 (0.000*)	0.600 (0.045*)	
10,001-20,000 บาท	3.35	-	-	-0.462 (0.000*)	-0.555 (0.001*)
20,001-30,000 บาท	3.81	-	-	-	-0.933 (0.584)
30,001-40,000 บาท	3.90	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.045 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.062 และ 0.600

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.462 และ 0.555

ตารางที่ 4.48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ LSD

รายได้	Mean Difference (I-J)	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
กลุ่ม I	\bar{x}	4.33	3.59	3.77	4.09
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.33	-	0.738	0.557	0.242
10,001-20,000 บาท	3.59	-	-	-0.181	-0.496
20,001-30,000 บาท	3.77	-	-	-	-0.314
30,001-40,000 บาท	4.09	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 และ 0.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.738 และ 0.557

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.043 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.181 และ 0.496

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.314

ตารางที่ 4.49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ LSD

รายได้		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
กลุ่ม I	\bar{x}	4.50	3.78	4.17	4.04
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	4.50	-	0.716 (0.023*)	0.328 (0.301)	0.454 (0.188)
10,001-20,000 บาท	3.78	-	-	-0.388 (0.001*)	-0.262 (0.136)
20,001-30,000 บาท	4.17	-	-	-	0.125 (0.489)
30.001-40,000 บาท	4.04	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.716

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.388

ตารางที่ 4.50 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ จำแนกตามรายได้ LSD

รายได้		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
กลุ่ม I	\bar{x}	4.16	3.75	4.06	3.68
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	4.16	-	0.411 (0.203)	0.100 (0.757)	0.484 (0.173)
10,001-20,000 บาท	3.75	-	-	-0.311 (0.008*)	0.072 (0.686)
20,001-30,000 บาท	4.06	-	-	-	0.383 (0.040*)
30,001-40,000 บาท	3.68	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.311

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.383

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี มาทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี Linear Multiple Regression

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแบบ Linear Multiple Regression ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อพยากรณ์ กำหนดให้

รูปแบบทั่วไปของสมการถดถอยเชิงพหุคูณเชิงเส้นทั่วไปคือ

เมื่อ

$$(Y) = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_3 + \dots + B_nx_n + e$$

- (Y) คือ สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม
 $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ คือ ค่าตัวแปรอิสระที่ 1,2,3,...จนถึงตัวแปรอิสระที่ n
 b_0 คือ ค่าคงที่ของสมการ
 $b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรอิสระที่ 1,2,3,...จนถึงตัวแปรอิสระที่ n
e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

สมการในรูปแบบของประชากร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

$$(Y_T) = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_3 + \dots + B_nx_n + e$$

$$(Y_1) = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_3 + \dots + B_nx_n + e$$

$$(Y_2) = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_3 + \dots + B_nx_n + e$$

$$(Y_3) = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_3 + \dots + B_nx_n + e$$

$$(Y_4) = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_3 + \dots + B_nx_n + e$$

สมการประมาณค่า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

$$Y_T = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + e$$

$$Y_1 = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + e$$

$$Y_2 = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + e$$

$$Y_3 = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + e$$

$$Y_4 = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + e$$

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 กำหนดให้ตัวแปรตาม

Y_T คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับ ไร่รับจำนำ

ในภาพรวม

Y_1 คือ ด้านร่างกาย

Y_2 คือ ด้านความปลอดภัย

Y_3 คือ ด้านสังคม

Y_4 คือ ด้านการยอมรับ

ตัวแปรอิสระ

- x คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- x_1 คือ ด้านผลิตภัณฑ์
- x_2 คือ ด้านราคา
- x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ Pearson Correlation ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์รายคู่ก่อน เพื่อนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็น โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.51 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ในภาพรวม

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.819	0.670	0.664	0.414

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.51 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.819 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 66.4

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.830	0.151		5.486	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.242	0.059	0.272	4.094	0.000*
ด้านราคา	-0.009	0.068	-0.010	-0.126	0.900
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.383	0.065	0.417	5.915	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.198	0.056	0.229	3.560	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ในภาพรวม

จากตารางที่ 4.52 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านราคา ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคา ก่อน และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.53

ตารางที่ 4.53 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ในภาพรวม (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.819	0.670	0.665	0.413

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.53 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.819 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 66.5

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.830	0.151		5.497	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.240	0.056	0.270	4.268	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.379	0.057	0.413	6.662	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.196	0.053	0.226	3.707	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กับธนาคารฯ ในภาพรวม

จากตารางที่ 4.54 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวม และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_T = b_0 + b_1x_1 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_T = 0.830 + 0.240x_1 + 0.379x_3 + 0.196x_4$$

(0.000*)(0.000*)(0.000*)

เมื่อ

Y_T คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ
ในภาพรวม

x_1 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.55 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.746	0.556	0.548	0.365

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.55 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.746 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 54.8

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.419	0.167		8.516	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.190	0.055	0.235	3.430	0.001*
ด้านราคา	-0.124	0.051	-0.163	-2.444	0.015*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.173	0.054	0.204	3.184	0.002*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.404	0.051	0.526	7.850	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

จากตารางที่ 4.56 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านราคา ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคาออก และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.737	0.543	0.537	0.369

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.57 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.737 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 53.7

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.376	0.168		8.207	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.147	0.053	0.182	2.761	0.006*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.109	0.048	0.129	2.264	0.025*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.399	0.052	0.520	7.675	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

จากตารางที่ 4.58 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวม และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_T = b_0 + b_1x_1 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_T = 1.376 + 0.147x_1 + 0.109x_3 + 0.399x_4$$

$$(0.006^*)(0.025^*)(0.000^*)$$

เมื่อ

Y_T คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม

x_1 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคาร กับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อ
ทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อ
ทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ Pearson Correlation ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์
รายคู่ก่อน เพื่อนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear
Multiple Regression) ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็น โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.59 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านร่างกาย

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.655	0.429	0.418	0.639

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.59 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
กับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย โดยค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.655 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ
44.18

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.833	0.233		3.570	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.147	0.091	0.141	1.614	0.108
ด้านราคา	-0.079	0.105	-0.077	-0.759	0.449
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.365	0.100	0.339	3.656	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.322	0.086	0.318	3.763	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านร่างกาย

จากตารางที่ 4.60 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านราคา ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคาก่อน และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.61

ตารางที่ 4.61 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านร่างกาย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.654	0.428	0.419	0.639

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.61 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.654 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 41.9

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.829	0.233		3.557	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.126	0.087	0.121	1.453	0.148
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.329	0.088	0.306	3.746	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.303	0.082	0.299	3.712	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านร่างกาย

จากตารางที่ 4.62 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านร่างกาย และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_1 = b_0 + b_1x_1 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_1 = 0.829 + 0.126x_1 + 0.329x_3 + 0.303x_4$$

(0.148)(0.000*)(0.000*)

เมื่อ

Y_1 คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับ ไร่รับจำนำ
ด้านร่างกาย

x_1 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.63 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ ด้านร่างกาย

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.658	0.433	0.422	0.571

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.63 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
กับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับ ไร่รับจำนำ ด้านร่างกาย โดยค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.658 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ
42.2

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.783	0.260		3.006	0.003
ด้านผลิตภัณฑ์	0.205	0.087	0.184	2.368	0.019*
ด้านราคา	-0.240	0.080	-0.227	-3.023	0.003*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.332	0.085	0.284	3.914	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.478	0.080	0.451	5.952	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย

จากตารางที่ 4.64 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านราคา ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคาออก และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.65

ตารางที่ 4.65 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.639	0.408	0.399	0.582

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.65 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.639 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 39.9

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.700	0.264		2.652	0.009
ด้านผลิตภัณฑ์	0.121	0.084	0.109	1.449	0.149
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.209	0.076	0.178	2.752	0.006*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.470	0.082	0.442	5.736	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย

จากตารางที่ 4.66 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_1 = b_0 + b_1x_1 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_1 = 0.700 + 0.121x_1 + 0.209x_3 + 0.470x_4$$

(0.149)(0.006*)(0.000*)

เมื่อ

Y_1 คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านร่างกาย

x_1 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทอง แลกเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ Pearson Correlation ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ รายคู่ก่อน เพื่อนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็น โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.67 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.730	0.533	0.523	0.563

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.67 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย โดยค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.730 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 52.3

ตารางที่ 4.68 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.870	0.206		4.231	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.272	0.080	0.268	3.383	0.001*
ด้านราคา	-0.091	0.092	-0.091	-0.986	0.325
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.502	0.088	0.479	5.711	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.136	0.075	0.138	1.804	0.073

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.68 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้ กำหนดไว้ คือ ด้านราคา ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัด

ตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคาก่อน และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.69

ตารางที่ 4.69 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.728	0.530	0.524	0.563

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.69 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.728 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 52.4

ตารางที่ 4.70 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.865	0.206		4.210	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.248	0.077	0.244	3.237	0.001*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.461	0.077	0.440	5.952	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.113	0.072	0.115	1.579	0.116

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.70 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ด้านความปลอดภัย และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_2 = b_0 + b_1x_1 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_2 = 0.865 + 0.248x_1 + 0.461x_3 + 0.113x_4$$

(0.001*)(0.000*)(0.116)

เมื่อ

Y_2 คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

x_1 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.71 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.578	0.334	0.321	0.509

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.71 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.578 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 32.1

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.691	0.233		7.269	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.144	0.077	0.156	1.854	0.065
ด้านราคา	-0.117	0.071	-0.134	-1.647	0.101
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.159	0.076	0.165	2.099	0.037*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.375	0.072	0.429	5.230	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.72 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านราคา ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคาออก และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.73

ตารางที่ 4.73 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.570	0.325	0.316	0.512

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.73 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.570 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 31.6

ตารางที่ 4.74 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.651	0.232		7.107	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.103	0.074	0.112	1.395	0.165
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.099	0.067	0.103	1.485	0.139
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.371	0.072	0.424	5.154	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.74 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_2 = b_0 + b_1x_1 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_2 = 1.651 + 0.103x_1 + 0.099x_3 + 0.371x_4$$

(0.165) (0.139) (0.000*)

เมื่อ

Y_2 คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านความปลอดภัย

x_1 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านสังคม

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อ
 ทองแลกเปลี่ยนระหว่างธนาคารฯกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ Pearson Correlation ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์
 รายคู่ก่อน เพื่อนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear
 Multiple Regression) ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็น โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธ
 สมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.75 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ
 ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยน กับธนาคารฯ ด้านสังคม

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.737	0.543	0.534	0.579

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.75 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก
 กับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยนกับธนาคารฯ ด้านสังคม โดยค่าสัมประสิทธิ์
 สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.737 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ
 53.4

ตารางที่ 4.76 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
 ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยนกับธนาคารฯ ด้านสังคม

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.861	0.211		4.070	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.105	0.083	0.099	1.269	0.206
ด้านราคา	0.116	0.095	0.111	1.224	0.222
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.392	0.090	0.360	4.338	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.254	0.078	0.247	3.268	0.001*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยน กับธนาคารฯ ด้านสังคม

จากตารางที่ 4.76 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อ ทองแลกเปลี่ยนกับธนาคารฯ ด้านสังคม และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_3 = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_3 = 0.861 + 0.105x_1 + 0.116x_2 + 0.392x_3 + 0.254x_4$$

(0.206) (0.222) (0.000*) (0.001*)

เมื่อ

Y_3	คือ	ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านสังคม
x_1	คือ	ด้านผลิตภัณฑ์
x_2	คือ	ด้านราคา
x_3	คือ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
x_4	คือ	ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.77 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยน กับ โรงรับจำนำ ด้านสังคม

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.514	0.264	0.250	0.666

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.77 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเปลี่ยนกับธนาคารฯ ด้านสังคม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.514 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ

ตารางที่ 4.78 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.841	0.304		6.053	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	-0.077	0.101	-0.067	-0.759	0.449
ด้านราคา	0.056	0.093	0.052	0.605	0.546
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.061	0.099	0.051	0.619	0.537
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.544	0.094	0.500	5.798	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม

จากตารางที่ 4.78 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ก่อน และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.79

ตารางที่ 4.79 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.512	0.262	0.251	0.666

a Predictors : (Constant), ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.79 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.512 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 25.1

ตารางที่ 4.80 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.787	0.296		6.048	0.000
ด้านราคา	0.034	0.088	0.031	0.383	0.702
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.060	0.099	0.050	0.607	0.545
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.507	0.080	0.466	6.361	0.000*

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านสังคม

จากตารางที่ 4.80 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_3 = b_0 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_3 = 1.787 + 0.034x_2 + 0.060x_3 + 0.507x_4$$

(0.702) (0.545) **(0.000*)**

เมื่อ

Y_3 คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านสังคม

x_2 คือ ด้านราคา

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินระหว่างธนาคารกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทอง แลกเงินระหว่างธนาคารฯกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ Pearson Correlation ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ รายคู่ก่อน เพื่อนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็น โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.81 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.761	0.580	0.572	0.552

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.81 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ โดยค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.761 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 57.2

ตารางที่ 4.82 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับกับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.714	0.202		3.540	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.510	0.079	0.485	6.471	0.000*
ด้านราคา	0.173	0.090	0.167	1.917	0.057
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.171	0.086	0.157	1.979	0.049*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.016	0.074	0.016	0.215	0.830

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กับธนาคารฯ ด้านการยอมรับ

จากตารางที่ 4.82 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อ ทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_4 = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_4 = 0.714 + 0.510x_1 + 0.173x_2 + 0.171x_3 + 0.016x_4$$

$$(0.000^*) (0.057) (0.049^*) (0.830)$$

เมื่อ

Y_4	คือ	ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ
x_1	คือ	ด้านผลิตภัณฑ์
x_2	คือ	ด้านราคา
x_3	คือ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
x_4	คือ	ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.83 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.517	0.267	0.253	0.675

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.83 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.517 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 25.3

ตารางที่ 4.84 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.723	0.308		5.595	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.520	0.103	0.447	5.072	0.000*
ด้านราคา	-0.087	0.94	-0.079	-0.928	0.355
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.007	0.100	-0.006	-0.071	0.944
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.169	0.095	0.153	1.781	0.076

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

จากตารางที่ 4.84 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านราคาก่อน และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.85

ตารางที่ 4.85 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ โรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.514	0.264	0.253	0.675

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.85 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.514 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 25.3

ตารางที่ 4.86 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ (ทดสอบครั้งที่ 2)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.693	0.306		5.530	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.490	0.097	0.421	5.043	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.052	0.088	-0.043	-0.590	0.556
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.166	0.095	0.150	1.749	0.082

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

จากตารางที่ 4.86 พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่ให้ผลในทางตรงกันข้ามกับทิศทาง ตามที่ได้กำหนดไว้ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้ผลในทิศทางลบ ซึ่งตรงกันข้ามกับทิศทางที่ได้กำหนดไว้ จะต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกทีละด้าน เริ่มจากด้านที่มีค่า Sig. น้อยไปหามาก จนกว่าจะได้ผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันที่กำหนดไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะได้ว่าจะต้องตัดปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายก่อน และทำการทดสอบใหม่ดังตารางที่ 4.87

ตารางที่ 4.87 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ (ทดสอบครั้งที่ 3)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.512	0.263	0.255	0.674

a Predictors : (Constant), ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.87 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.512 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 25.5

ตารางที่ 4.88 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับกับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ (ทดสอบครั้งที่ 3)

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.610	0.271		5.935	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.478	0.095	0.411	5.037	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.149	0.090	0.135	1.650	0.100

a. Dependent Variable : ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

จากตารางที่ 4.88 พบว่าตัวแปรที่เหลือในทิศทางตรงตามที่กำหนดไว้ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ ด้านสังคม และสามารถแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y_4 = b_0 + b_1x_1 + b_4x_4$$

แทนค่าในสมการ

$$Y_4 = 1.610 + 0.478x_1 + 0.149x_4$$

(0.000*) (0.100)

เมื่อ

Y_4 คือ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ

กับโรงรับจำนำ ด้านการยอมรับ

x_1 คือ ด้านผลิตภัณฑ์

x_4 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.89 แสดงผลการสรุปทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ			
	ด้านร่างกาย	ด้านความปลอดภัย	ด้านสังคม	ด้านการยอมรับ
เพศ	-	-	-	-
อายุ	✓	-	✓	✓
สถานภาพ	-	-	✓	-
ระดับการศึกษา	✓	-	✓	-
อาชีพ	✓	✓	✓	-
รายได้	✓	✓	✓	✓
เมื่อ ✓	คือ มีอิทธิพลกับระดับความคิดเห็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			
-	คือ ไม่มีอิทธิพลกับระดับความคิดเห็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			

ตารางที่ 4.90 แสดงผลการสรุปทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับ โรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ			
	ด้านร่างกาย	ด้านความปลอดภัย	ด้านสังคม	ด้านการยอมรับ
เพศ	-	-	✓	-
อายุ	-	-	✓	-
สถานภาพ	✓	✓	✓	-
ระดับการศึกษา	✓	-	✓	-
อาชีพ	✓	✓	✓	-
รายได้	✓	✓	✓	✓
เมื่อ ✓	คือ มีอิทธิพลกับระดับความคิดเห็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			
-	คือ ไม่มีอิทธิพลกับระดับความคิดเห็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			

ตารางที่ 4.91 สรุปสมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	สมการพยากรณ์
ด้านร่างกาย	$Y_1 = 0.829 + 0.126x_1 + 0.329x_3 + 0.303x_4$
ด้านความปลอดภัย	$Y_2 = 0.865 + 0.248x_1 + 0.461x_3 + 0.113x_4$
ด้านสังคม	$Y_3 = 0.861 + 0.105x_1 + 0.116x_2 + 0.392x_3 + 0.254x_4$
ด้านการยอมรับ	$Y_4 = 0.714 + 0.510x_1 + 0.173x_2 + 0.171x_3 + 0.016x_4$
ภาพรวม	$Y_T = 0.830 + 0.240x_1 + 0.379x_3 + 0.196x_4$

ตารางที่ 4.92 สรุปสมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับโรงรับจำนำ

ความต้องการใช้บริการ สินเชื่อทองแดงเงิน	สมการพยากรณ์
ด้านร่างกาย	$Y_1 = 0.700 + 0.121x_1 + 0.209x_3 + 0.470x_4$
ด้านความปลอดภัย	$Y_2 = 1.651 + 0.103x_1 + 0.099x_3 + 0.371x_4$
ด้านสังคม	$Y_3 = 1.787 + 0.034x_1 + 0.060x_3 + 0.507x_4$
ด้านการยอมรับ	$Y_4 = 1.610 + 0.478x_1 + 0.149x_4$
ภาพรวม	$Y_T = 1.376 + 0.147x_1 + 0.109x_3 + 0.399x_4$

เมื่อ (Y_T)	คือ	ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ระหว่างธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ ในภาพรวม
(Y_1)	คือ	ด้านร่างกาย
(Y_2)	คือ	ด้านความปลอดภัย
(Y_3)	คือ	ด้านสังคม
(Y_4)	คือ	ด้านการยอมรับ
*	คือ	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลพื้นฐานเพื่อสืบค้นสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำ ซึ่งสรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาจำนวน 420 คน ทั้งธนาคารฯ และโรงรับจำนำ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001-20,000 บาท และประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นทองคำรูปพรรณ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กรณีศึกษาธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ

สรุปว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กรณีศึกษาธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ จำนวน 420 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ทั้งธนาคารฯ และโรงรับจำนำ อยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายการจัดอันดับ พบว่า ด้านสังคม การให้บริการที่ดี เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือด้านความปลอดภัย การเก็บรักษาทองคำที่นำมาใช้บริการ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อทองคำ กรณีศึกษาธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ

สรุปว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ จำนวน 420 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินเชื่อทองคำ ทั้งธนาคารฯ และโรงรับจำนำ อยู่ในระดับมากเมื่อทำการพิจารณารายการจัดอันดับ พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกในการติดต่อเป็นอันดับหนึ่ง

รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการส่งเสริมการตลาดโฆษณา ประสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ใบปลิวแผ่น

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการกับธนาคารฯ กับผู้ใช้บริการกับโรงรับจำนำ มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน ธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ แตกต่างกันไป และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กรณีศึกษาธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยกับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน กับธนาคารฯ และโรงรับจำนำที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เพศและสถานภาพที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ทำให้มีความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสังคมการให้บริการที่ดี เป็นด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับนัตริยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2546) กล่าวว่า ความต้องการ หมายถึงความแตกต่างของบุคคลรับรู้ได้ ระหว่างสภาพในอุดมคติและสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งมีอิทธิพลเพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ผู้บริโภคทุกคน ทั้งชายและหญิงต่างก็มีความต้องการ

อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันของผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ทำให้มีความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงินกับธนาคารฯ ในภาพรวมแตกต่างกัน หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านสังคม และด้านการยอมรับ เป็นด้านที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความต้องการและความจำเป็นทางเศรษฐกิจ ดำรงชัย ชัยสนิท และสุนี เลิศแสวงกิจ (2546, น.52) กล่าวว่า ผู้บริโภคทุกคนมีความจำเป็นต้องบริโภค เพื่อสนองความต้องการและความอยากได้ของตนเอง ซึ่งเป็นความจำเป็นของมนุษย์ที่ต้องบริโภคเพื่อดำรงชีวิตอยู่

เพศและอายุที่แตกต่างกัน ของผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสังคมการให้บริการที่ดี เป็นด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2546) กล่าวว่าความต้องการ หมายถึงความแตกต่างของบุคคลรับรู้ได้ ระหว่างสภาพในอุดมคติและสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งมีอิทธิพลเพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ผู้บริโภคทุกคน ทั้งชายและหญิง ต่างก็มีความต้องการ

สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ของผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินกับโรงรับจำนำ ในภาพรวมแตกต่างกัน หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านสังคม และด้านการยอมรับ เป็นด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความต้องการและความจำเป็นทางเศรษฐกิจ คำรงชัย ชัยสนิท และสุนี เลิศแสวงกิจ (2546, น.52) กล่าวว่า ผู้บริโภคทุกคนมีความจำเป็นต้องบริโภคเพื่อสนองความต้องการและความอยากได้ของตนเอง ซึ่งเป็นความจำเป็นของมนุษย์ที่ต้องบริโภคเพื่อดำรงชีวิตอยู่

5.2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน กรณีศึกษา ธนาคารฯ กับโรงรับจำนำ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินทั้งธนาคารฯ และโรงรับจำนำ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มตัวแปรอิสระ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ(R) เท่ากับ 0.819 และ 0.737

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงินทั้งธนาคารฯ และโรงรับจำนำ คือ ด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านสังคม และด้านการยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs) เสรี วงศ์มณฑา (2542, น.50) กล่าวว่า หลักการความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ทั้ง 5 ขั้นตอน โดยมาสโลว์นั้น ได้ลำดับขั้นตอนในแต่ละขั้นเพื่อสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อมนุษย์ได้สิ่งที่ตอบสนองความอยากได้พื้นฐานในขั้นที่ 1 ก็มีความอยากได้ในขั้นถัดไปเรื่อยๆ จนถึงขั้นที่ 5

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีประเด็นข้อเสนอแนะสำหรับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ สิ้นเชื่อทองแดงเงิน กรณีศึกษา ธนาคารฯ กับ ไร่รับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี ข้อเสนอแนะต่อธนาคารฯ

5.3.1 พบว่าผู้ใช้บริการต้องการให้มี การขยายพื้นที่ในการให้บริการเพิ่มขึ้นจึงควรมีการ ขยายสาขาเพิ่มขึ้นในจังหวัดปทุมธานี

5.3.2 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องของการให้บริการที่ดี จึงควร พัฒนาการให้บริการด้วย เช่น มีนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ การแจกบัตรคิว และมีมุมพักผ่อนให้ ผู้ใช้บริการได้นั่งพักระหว่างรอการให้บริการ

5.3.3 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในการเก็บรักษาทองคำ ที่นำมาใช้บริการเป็นอย่างมาก ดังนั้นควรมีตู้เซฟนิรภัยเพื่อการเก็บรักษาทองคำ ข้อเสนอแนะต่อไร่รับจำนำ

5.3.4 พบว่าผู้ใช้บริการต้องการให้มีการสร้างความเชื่อถือและความมั่นคงของสถานที่ใช้ บริการ

5.3.5 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องของการให้บริการที่ดีจึงควร พัฒนาการให้บริการด้วย เช่น มีนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ การแจกบัตรคิว และมีมุมพักผ่อนให้ ผู้ใช้บริการได้นั่งพักระหว่างรอการให้บริการ

5.3.6 พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของสถานที่ใช้บริการ

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรทำการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อยและ ไร่รับจำนำ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาการให้บริการ

5.4.2 ควรทำการศึกษาสำรวจความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอเพื่อนำมาปรับในกลยุทธ์ การตลาดให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 6). ฉบับปรับปรุง : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณาพจน์ ชัยรัตน์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี).
- โชคชัย รวมทวี. (2552). ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของผู้บริโภคธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดสุรินทร์. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ธรรมการพิมพ์.
- ดำรงชัย ชัยสนธิ และสุณี เลิศแสวงกิจ. (2546). เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วังอักษร.
- นาคยา อภิศักดิ์มนตรี. (2553). พฤติกรรมการใช้บริการโรงรับจำนำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี).
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2554). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : เฮ้าส์ ออฟ เคอร์มิสท์
- พิมพ์ ศรีวิกรม. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ. (2552). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.
- พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ภควรรณ เสือทิม. (2555). การตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต).
- ภราดร ปิศาจศักดิ์. (2547). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

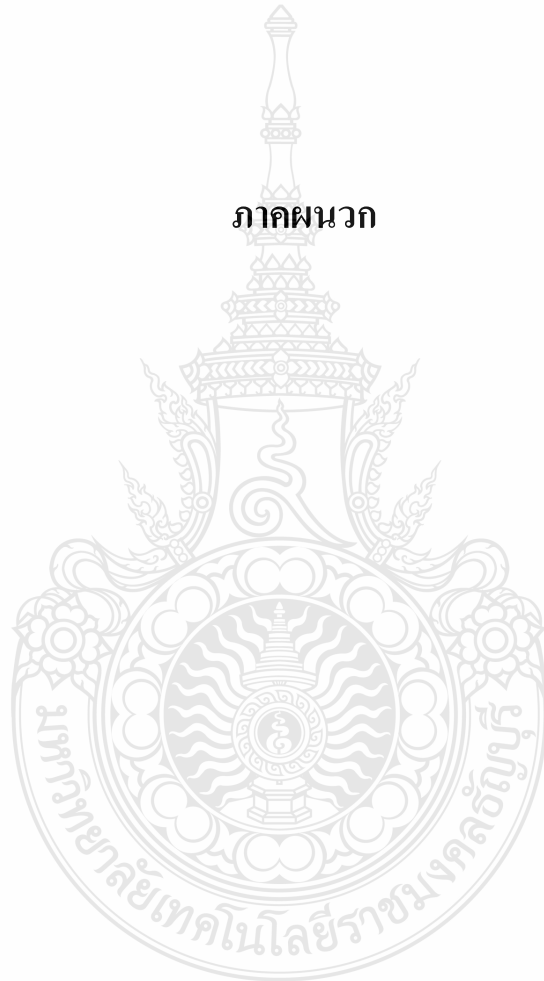
บรรณานุกรม (ต่อ)

อดุลย์ จาตุรงคกุล และคณา จาตุรงคกุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิัญญา ภัทราพรพิสิฐ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
ศิลปากร).



ภาคผนวก





แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน

กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

แบบสอบถามฉบับนี้มีจำนวน 4 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน

ผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านทุกข้อมีค่าและเป็นประโยชน์มากต่อการวิเคราะห์ข้อมูล จึงขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

นายสมพร ศรีน่ำ รหัสนักศึกษา 115670503026-9

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตร YOUNG – MBA (การจัดการทั่วไป)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่เป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ไม่เกิน 25 ปี

2) 25 – 30 ปี

3) 31 – 35 ปี

4) 36 - 40 ปี

5) 41 – 45 ปี

6) 46 – 50 ปี

7) 51 – 55 ปี

8) 56 – 60 ปี

9) 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส/อยู่ด้วยกัน 3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา
3) ปวช./ปวส./อนุปริญญา 4) ปริญญาตรี
5) ปริญญาโทหรือสูงกว่า

5. อาชีพ

- 1) พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ
3) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4) ลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท
3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
5) 40,001-50,000 บาท 6) 50,000 บาทขึ้นไป

7. ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ

- 1) ทองคำแท่ง 2) ทองคำรูปพรรณ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน เพื่อแสดงระดับความต้องการของแต่ละข้อ
คะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. ด้านร่างกาย					
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวก					
2. สถานที่ตั้งมีมุมพักผ่อนในการรอรับบริการ					

ต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
9. ด้านความปลอดภัย					
1. มีความปลอดภัยในการเก็บรักษาทองคำที่นำมาให้บริการ					
2. ความเป็นส่วนตัวของสถานบริการ					
10. ด้านสังคม					
1. มีการให้บริการที่ดี					
11. ด้านการยอมรับ					
1. ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือของสถานที่ให้บริการ					

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน เพื่อแสดงระดับความสำคัญแต่ละปัจจัย
คะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
12. ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง					
2. หลักเกณฑ์การกู้เงินระยะสั้นมีความเหมาะสม					
13. ด้านราคา					
1. การอนุมัติให้วงเงินของสินเชื่อที่สูงกว่า					
2. ค่าธรรมเนียมการให้บริการมีความเหมาะสม					
3. ดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าที่อื่น					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
14. ด้านการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการติดต่อ					
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก					
15. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณา ประสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ใบปลิวแผ่นพับ ป้ายผ้า จดหมายเชิญชวน					
2. มีการแจกของที่ระลึกในเทศกาลต่างๆ					
3. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนอกสถานที่					

16. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

*****ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม*****



แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน

กรณีศึกษา ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย กับโรงรับจำนำ ในเขตเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

แบบสอบถามฉบับนี้มีจำนวน 4 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแลกเงิน

ผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านทุกข้อมีค่าและเป็นประโยชน์มากต่อการวิเคราะห์ข้อมูล จึงขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

นายสมพร ศรีจำ รหัสนักศึกษา 115670503026-9

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตร YOUNG – MBA (การจัดการทั่วไป)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่เป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ไม่เกิน 25 ปี

2) 25 – 30 ปี

3) 31 – 35 ปี

4) 36 - 40 ปี

5) 41 – 45 ปี

6) 46 – 50 ปี

7) 51 – 55 ปี

8) 56 – 60 ปี

9) 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส/อยู่ด้วยกัน 3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา
 3) ปวช./ปวส./อนุปริญญา 4) ปริญญาตรี
 5) ปริญญาโทหรือสูงกว่า

5. อาชีพ

- 1) พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ
 3) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4) ลูกจ้างรายวัน/รับจ้างทั่วไป

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
 5) 40,001-50,000 บาท 6) 50,000 บาทขึ้นไป

7. ประเภทของทองคำที่นำมาใช้บริการ

- 1) ทองคำแท่ง 2) ทองคำรูปพรรณ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน เพื่อแสดงระดับความต้องการของแต่ละข้อ

คะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. ด้านร่างกาย					
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวก					
2. สถานที่ตั้งมีมุมพักผ่อนในการรอรับบริการ					

ต้องการใช้บริการสินเชื่อกองแลกเปลี่ยน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
9. ด้านความปลอดภัย					
1. มีความปลอดภัยในการเก็บรักษาทองคำที่นำมาให้บริการ					
2. ความเป็นส่วนตัวของสถานบริการ					
10. ด้านสังคม					
1. มีการให้บริการที่ดี					
11. ด้านการยอมรับ					
1. ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือของสถานที่ให้บริการ					

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อกองแลกเปลี่ยน

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน เพื่อแสดงระดับความสำคัญแต่ละปัจจัย
คะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการสินเชื่อกองแลกเปลี่ยน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
12. ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง					
2. หลักเกณฑ์การกู้เงินระยะสั้นมีความเหมาะสม					
13. ด้านราคา					
1. การอนุมัติให้วงเงินของสินเชื่อที่สูงกว่า					
2. ค่าธรรมเนียมการให้บริการมีความเหมาะสม					
3. ดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าที่อื่น					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อ ความต้องการใช้บริการสินเชื่อทองแดงเงิน	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
14. ด้านการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการติดต่อ					
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก					
15. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณา ประสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ใบปลิวแผ่นพับ ป้ายผ้า จดหมายเชิญชวน					
2. มีการแจกของที่ระลึกในเทศกาลต่างๆ					
3. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนอกสถานที่					

16. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

*****ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม*****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายสมพร ศรีถ้ำ
วัน เดือน ปีเกิด	3 พฤศจิกายน 2529
ที่อยู่	113 /7 หมู่ 4 ต.บ้านกลาง อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
ประวัติการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนปทุมวิไล มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนคณะราษฎรบำรุงปทุมธานี ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (พ.ศ.2553)
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2553 เจ้าหน้าที่ พัฒนานวัตกรรม ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2554-2558 เจ้าหน้าที่อาวุโส กลุ่มสื่อสารองค์กร ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน)
โทรศัพท์	084-113-1232
อีเมล	meeloso_7@hotmail.com, msomporn55@gmail.com

