

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเงินฝากของลูกค้าทั้ง 2 ประเภท และความสัมพันธ์ระหว่างผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 กับการตัดสินใจนำเงินมาฝากกับธนาคารเมื่อการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนถูกยกเลิกไปและสถาบันคุ้มครองเงินฝากจะให้ความคุ้มครองแบบจำกัดวงเงิน ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในประเด็นสำคัญ ๆ ตามลำดับ ดังนี้

#### ลำดับขั้นตอนในการเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าของธนาคารทั้ง 2 ประเภทที่มาใช้บริการ โดยลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่มีตัวแปรเรื่อง เพศ สถานภาพสมรส อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและประเภทของลูกค้า รายได้ต่อปี วัตถุประสงค์ของการมีไว้ซึ่งบัญชีเงินฝากและที่มาของเงินฝากสำหรับลูกค้าประเภทนิติบุคคลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัญชีเงินฝากที่อยู่ในข่ายของการศึกษา

นอกจากนั้นในส่วนที่ 1 ยังได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากที่ใช้ อยู่และยอดเงินฝากในบัญชี ณ ปัจจุบัน ผลัดกันหรือบริการด้านการเงินประเภทอื่นของธนาคาร ที่สนใจและระดับความพอใจต่อบัญชีแต่ละประเภทด้วย

ส่วนที่ 2 ทำการศึกษาระดับความพึงพอใจที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากของธนาคารในด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และประเภทของบัญชีเงินฝาก

ส่วนที่ 3 ทำการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน ที่จะถูกยกเลิกไปอันเป็นผลมาจากการใช้บังคับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากกับพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้ากับธนาคารพาณิชย์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกใช้ค่านัยทางสถิติ ( $\alpha$ ) ของการศึกษานี้เท่ากับ 0.05

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### กลุ่มที่ 1 : กลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทบุคคลธรรมดา

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านบัญชีเงินฝาก

##### ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนคนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาจำแนกตาม เพศ  
สถานภาพและอายุ

| ตัวแปร                             | จำนวน | ร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากของลูกค้า |
|------------------------------------|-------|-----------------------------------------------|
| จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด = 380 คน |       |                                               |
| <b>เพศ</b>                         |       |                                               |
| ชาย                                | 140   | 36.8                                          |
| หญิง                               | 240   | 63.2                                          |
| <b>สถานภาพ</b>                     |       |                                               |
| โสด                                | 263   | 69.2                                          |
| สมรส                               | 111   | 29.2                                          |
| หย่า/หม้าย                         | 6     | 1.6                                           |
| <b>อายุ</b>                        |       |                                               |
| ต่ำกว่า 21 ปี                      | 44    | 11.6                                          |
| 21 - 30 ปี                         | 193   | 50.8                                          |
| 31 - 40 ปี                         | 94    | 24.7                                          |
| 41 - 50 ปี                         | 40    | 10.5                                          |
| 51 ปีขึ้นไป                        | 9     | 2.4                                           |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน (ร้อยละ 63.2) ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 140 คน (ร้อยละ 36.8) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ของ นัฐกานต์ โชควรรกุล (2546) ที่พบว่าผู้ฝากเงินที่เลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการส่วนมากเป็นเพศหญิง

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสถานภาพของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด จำนวน 263 คน (ร้อยละ 69.2) รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 111 คน (ร้อยละ 29.2) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ หย่า/หม้าย มีน้อยที่สุดจำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.6) ผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ แสงชัย โชติพงศ์ศิริสกุล (2542) เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 ที่พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 มีสถานภาพโสดมากกว่าสมรสเช่นกัน

เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 193 คน (ร้อยละ 50.8) รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 94 คน (ร้อยละ 24.7) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 44 คน (ร้อยละ 11.6) กลุ่มตัวอย่างอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 40 คน (ร้อยละ 10.5) และลำดับสุดท้าย คือกลุ่มตัวอย่างอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.4) ซึ่งการศึกษาของ แสงชัย โชติพงศ์ศิริสกุล (2542) เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 ก็พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนคนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา  
จำแนกตาม ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

| ตัวแปร                             | จำนวน | ร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากของลูกค้า |
|------------------------------------|-------|-----------------------------------------------|
| จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด = 380 คน |       |                                               |
| <b>ระดับการศึกษา</b>               |       |                                               |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                   | 70    | 18.4                                          |
| ปริญญาตรี                          | 264   | 69.5                                          |
| สูงกว่าปริญญาตรี                   | 46    | 12.1                                          |
| <b>อาชีพ</b>                       |       |                                               |
| นักเรียน/นักศึกษา                  | 39    | 10.3                                          |
| เจ้าของกิจการ                      | 25    | 6.6                                           |
| พนักงานบริษัทเอกชน                 | 251   | 66.1                                          |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ                 | 15    | 3.9                                           |
| ข้าราชการ                          | 22    | 5.8                                           |
| รับจ้าง                            | 28    | 7.4                                           |
| <b>รายได้ต่อเดือน</b>              |       |                                               |
| ต่ำกว่า 15,000 บาท                 | 153   | 40.3                                          |
| 15,001 - 25,000 บาท                | 140   | 36.8                                          |
| 25,001 - 35,000 บาท                | 29    | 7.6                                           |
| 35,001 - 50,000 บาท                | 26    | 6.8                                           |
| มากกว่า 50,000 บาท                 | 32    | 8.4                                           |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่  
กลุ่มตัวอย่างมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 264 คน (ร้อยละ 69.5) รองลงมาคือ

ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 70 คน (ร้อยละ 18.4) และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 46 คน (ร้อยละ 12.1) สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการเงินฝากขวัญบัวหลวง จากการศึกษาของจักรี สุวรรณโสภณ (2542) กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการบริการเงินฝากประจำแต่ละประเภทของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของพิทยา ธีรกีรยุต (2545) กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของ สุธิดา สุนทรพันธุ์ (2546) และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสละเคราะห์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการของนัฐกานต์ โชควรรกุล (2546)

การจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 251 คน (ร้อยละ 66.1) รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 39 คน (ร้อยละ 10.3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง มีจำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.4) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 25 คน (ร้อยละ 6.6) กลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการมีจำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.8) และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.9) สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากผลการศึกษาของพิทยา ธีรกีรยุต (2545) และ แสงชัย โชติพงษ์ศิริสกุล (2542) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำแต่ละประเภทและการเลือกใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 ผู้วิจัย คิดว่าน่าจะมาจากสาเหตุที่สละเวลากลับไปเก็บไว้ที่ธนาคารเป็นสำนักงานของบริษัทเอกชน ซึ่งบริษัทเหล่านี้ต้องเปิดบัญชีกับธนาคารเพื่อใช้สำหรับการทำธุรกิจ รวมถึงใช้เพื่อจ่ายเป็นเงินเดือนให้กับพนักงาน กรณีที่บริษัททำการโอนเงินให้กับบัญชีที่ต่างธนาคารกับบริษัทจะทำให้ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการดำเนินการ (Transaction cost) และบริษัทส่วนใหญ่ก็ไม่มีนโยบายในการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานในรูปของเงินสดในแต่ละเดือน ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่สะดวกที่จะต้องมาถอนเงินจำนวนมากที่ธนาคารแล้วนำกลับไปเก็บไว้ที่บริษัทเพื่อรอให้ถึงเวลาจ่ายให้กับพนักงาน การกระทำดังกล่าวอาจทำให้บริษัทสูญเสียเงินจำนวนมากจากการซื้อกองของพนักงานที่ได้รับมอบหมายให้มาถอนเงินที่ธนาคารหรือแม้ว่าเจ้าของบริษัทจะมาดำเนินการด้วยตนเองก็อาจเสี่ยงต่อการถูกปล้นหรือสูญหายในระหว่างการเดินทางนำเงินจำนวนมากกลับไปยังบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดให้พนักงานต้องมีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ไว้สำหรับรองรับเงินเดือนที่จะโอนให้กับพนักงานในแต่ละเดือน ทำให้พนักงานของบริษัทต้องเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารไปโดยปริยายด้วย

จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรรายได้ของผู้ใช้บริการบัญชีเงินฝากของธนาคาร  
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักสีลม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000  
บาท จำนวน 153 คน (ร้อยละ 40.3) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท  
จำนวน 140 คน (ร้อยละ 36.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 32 คน  
(ร้อยละ 8.4) และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท มีจำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.6 )  
ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001 - 50,000 บาท มีน้อยที่สุด จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.8)

ผลสำรวจตัวอย่างกลุ่มลูกค้าที่มาฝากเงินที่ธนาคารฯ สรุปได้ว่า ลูกค้าเงินฝาก  
ประเภทบุคคลธรรมดาส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยมีสัดส่วนลูกค้าผู้หญิงต่อผู้ชายประมาณ 63 ต่อ  
37 จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่พบว่าในปี 2551 มีจำนวนประชากรวัยทำงานในย่านสี  
ลม อยู่ประมาณ 496,000 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80<sup>1</sup> จึงเป็นไปได้  
ที่ลูกค้าเงินฝากของธนาคารเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายเพราะผู้หญิงเป็นประชากรส่วนใหญ่ใน  
ระแวกนี้ นอกจากนั้นผลการสำรวจนี้ยังคล้ายกับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการ  
เลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์  
ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ของ นัฐกานต์ โชควรรกุล (2546) ที่มีสัดส่วนผู้หญิงต่อผู้ชายประมาณ 60  
ต่อ 40 แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความนิยมในการใช้บริการฝากเงินมากกว่าผู้ชาย

จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านเงินฝากมีอายุระหว่าง 21 – 30  
ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน  
สอดคล้องกับขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาที่มีสำนักงานใหญ่ของธนาคาร โรงแรม อาคารสำนักงาน  
ตลอดจนศูนย์การค้าขนาดใหญ่เรียงรายอยู่ทั้งสองฟาก ตลอดความยาวของถนนระยะทาง  
ประมาณ 2.78 กิโลเมตร มีพนักงานทำงานอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณาระดับรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือน พบว่าส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อายุ  
ยังน้อย เพิ่งเริ่มทำงาน มีเงินเดือนที่ไม่มากนัก ส่วนลูกค้าที่มีระดับอายุมากกว่า ทำงานมานาน มี  
ตำแหน่งในระดับสูง มักไม่ติดต่อกำธุรกรรมการฝากเงินด้วยตนเองเพราะส่วนมากมักมีลูกน้องหรือ  
เลขานุการที่ตนเองไว้วางใจดำเนินการแทน

---

<sup>1</sup> การสอบถามทางเว็บไซต์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติวันที่ 23 พฤษภาคม 2552  
เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการตอบกลับทางโทรศัพท์จากกลุ่มบริการและเผยแพร่ข้อมูล  
วันที่ 25 พฤษภาคม 2552

ตารางที่ 4.3  
แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการบัญชีเงินฝาก  
แยกตามประเภทของบัญชี

| ประเภทบัญชีเงินฝาก | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| เงินฝากกระแสรายวัน | 57    | 8.74   |
| เงินฝากออมทรัพย์   | 368   | 56.44  |
| เงินฝากประจำ       | 114   | 17.48  |
| เงินฝากทวีทรัพย์   | 113   | 17.33  |
| รวม                | 652   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : เป็นผลสำรวจที่ได้จากการตอบคำถามในแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์เป็นประเภทบริการด้านเงินฝากที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.44) รองลงมาคือบัญชีเงินฝากประจำ (ร้อยละ 17.48) บัญชีเงินฝากทวีทรัพย์ (ร้อยละ 17.33) และบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน (ร้อยละ 8.74)

ผลการสำรวจ พบว่า บัญชีออมทรัพย์ เป็นบัญชีเงินฝากที่มีลูกค้าเลือกใช้งานสูงสุด สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 ของแสงชัย โชติพงศ์ศิริสกุล (2542) ที่พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากที่ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรเกษม ซอย 114 ส่วนใหญ่เลือกใช้บัญชีออมทรัพย์

ตารางที่ 4.4  
แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก จำแนกตามเพศ

| เพศ  | ประเภทเงินฝาก |         |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|------|---------------|---------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|      | กระแสรายวัน   |         | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ชาย  | 15            | (6.64%) | 134       | (59.29%) | 40    | (17.70%) | 37        | (16.37%) | 226 | (100%) |
| หญิง | 42            | (9.86%) | 234       | (54.93%) | 74    | (17.37%) | 76        | (17.84%) | 426 | (100%) |
| รวม  | 57            | (8.74%) | 368       | (56.44%) | 114   | (17.48%) | 113       | (17.33%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.4 เมื่อจำแนกตามเพศของลูกค้า พบว่า บัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์เป็นบัญชีเงินฝากที่มีลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 56.44) เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่จำนวน 234 คน (ร้อยละ 54.93 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง) ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 134 คน (ร้อยละ 59.29 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย)

ตารางที่ 4.5  
แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพ    | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|            | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| โสด        | 20            | (5.13%)  | 253       | (64.87%) | 53    | (13.59%) | 64        | (16.41%) | 390 | (100%) |
| สมรส       | 33            | (13.10%) | 109       | (43.25%) | 61    | (24.21%) | 49        | (19.44%) | 252 | (100%) |
| หย่า/หม้าย | 4             | (40.00%) | 6         | (60.00%) | 0     | (0.00%)  | 0         | (0.00%)  | 10  | (100%) |
| รวม        | 57            | (8.74%)  | 368       | (56.44%) | 114   | (17.48%) | 113       | (17.33%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 253 คน (ร้อยละ 64.87 ของกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด) รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 109 คน (ร้อยละ 43.25 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรส) ส่วนสถานภาพหย่า/หม้ายถูกใช้บริการน้อยที่สุด จำนวน 6 คน (ร้อยละ 60.00 ของกลุ่มตัวอย่างหย่า/หม้าย)

#### ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก จำแนกตามอายุ

| อายุ          | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|---------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|               | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี | 0             | (0.00%)  | 40        | (80.00%) | 8     | (16.00%) | 2         | (4.00%)  | 50  | (100%) |
| 21 - 30 ปี    | 10            | (3.32%)  | 185       | (61.46%) | 42    | (13.95%) | 64        | (21.26%) | 301 | (100%) |
| 31 - 40 ปี    | 26            | (13.83%) | 94        | (50.00%) | 37    | (19.68%) | 31        | (16.49%) | 188 | (100%) |
| 41 - 50 ปี    | 17            | (18.28%) | 40        | (43.01%) | 20    | (21.51%) | 16        | (17.20%) | 93  | (100%) |
| 51 ปีขึ้นไป   | 4             | (20.00%) | 9         | (45.00%) | 7     | (35.00%) | 0         | (0.00%)  | 20  | (100%) |
| รวม           | 57            | (8.74%)  | 368       | (56.44%) | 114   | (17.48%) | 113       | (17.33%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.6 ลูกค้าเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 368 บัญชี พบว่า ลูกค้าที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปีมาใช้บริการเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 185 บัญชี (ร้อยละ 61.46 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 21 -30 ปี) รองลงมาคือลูกค้าที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 94 บัญชี (ร้อยละ 50.00 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 31 – 40 ปี) ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 40 บัญชี (ร้อยละ 80.00 ของกลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 21 ปี) เท่ากับลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 43.01 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 41 – 50 ปี) ส่วนลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไปมาใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์น้อยที่สุด จำนวน 9 บัญชี (ร้อยละ 45.00 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 51 ขึ้นไป)

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา         | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|------------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|                  | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 5             | (5.15%)  | 70        | (72.16%) | 14    | (14.43%) | 8         | (8.25%)  | 97  | (100%) |
| ปริญญาตรี        | 36            | (8.18%)  | 258       | (58.64%) | 73    | (16.59%) | 73        | (16.59%) | 440 | (100%) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 16            | (13.91%) | 40        | (34.78%) | 27    | (23.48%) | 32        | (27.83%) | 115 | (100%) |
| รวม              | 57            | (8.74%)  | 368       | (56.44%) | 114   | (17.48%) | 113       | (17.33%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการเงินฝากของธนาคาร เลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 368 บัญชี สามารถจำแนกตามระดับการศึกษาได้ว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมาใช้บริการเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 258 บัญชี (ร้อยละ 58.64 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี) รองลงมาคือลูกค้าที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 ราย (ร้อยละ 72.16 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี) ส่วนลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มาใช้บริการเงินฝากประเภทออมทรัพย์น้อยที่สุด จำนวน 40 คน (ร้อยละ 34.78 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี)

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้ประเภทเงินฝาก จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ              | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |         |
|--------------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|---------|
|                    | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |         |
| นักเรียน/นักศึกษา  | 0             | (0.00%)  | 37        | (90.24%) | 4     | (9.76%)  | 0         | (0.00%)  | 41  | (100%)  |
| เจ้าของกิจการ      | 22            | (28.57%) | 25        | (32.47%) | 17    | (22.08%) | 13        | (16.88%) | 77  | (100%)  |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 33            | (7.67%)  | 245       | (56.98%) | 65    | (15.12%) | 87        | (20.23%) | 430 | (100%)  |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 0             | (0.00%)  | 13        | (39.39%) | 13    | (39.39%) | 7         | (21.21%) | 33  | (100%)  |
| ข้าราชการ          | 2             | (5.56%)  | 20        | (55.56%) | 10    | (27.78%) | 4         | (11.11%) | 36  | (100%)  |
| รับจ้าง            | 0             | (0.00%)  | 28        | (80.00%) | 5     | (14.29%) | 2         | (5.71%)  | 35  | (100%)  |
| อื่น ๆ             | 0             | (0.00%)  | 0         | (0.00%)  | 0     | (0.00%)  | 0         | (0.00%)  | 0   | (0.00%) |
| รวม                | 57            | (8.74%)  | 368       | (56.44%) | 114   | (17.48%) | 113       | (17.33%) | 652 | (100%)  |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.8 พบว่าลูกค้ำบุคคลธรรมดาที่ใช้บริการเงินฝากของธนาคาร เลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 368 บัญชี สามารถจำแนกตามอาชีพของลูกค้ำได้ว่าลูกค้ำที่ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมาใช้บริการเงินฝากประเภทบัญชีออมทรัพย์มากที่สุดจำนวน 245 บัญชี (ร้อยละ 56.98 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน) รองลงมาคือลูกค้ำที่ยังอยู่ในวัยนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 37 บัญชี (ร้อยละ 90.24 ของกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา) ลูกค้ำที่ทำงานรับจ้าง จำนวน 28 บัญชี (ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานรับจ้าง) ลูกค้ำที่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 25 บัญชี (ร้อยละ 32.47 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ) และลูกค้ำที่เป็นข้าราชการ จำนวน 20 บัญชี (ร้อยละ 55.55 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำที่เป็นข้าราชการ) ส่วนลูกค้ำที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมาใช้บริการเงินฝากประเภทบัญชีออมทรัพย์น้อยที่สุด จำนวน 13 บัญชี (ร้อยละ 39.99 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานรัฐวิสาหกิจ)

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก จำแนกตามรายได้

| รายได้              | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|---------------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|                     | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ต่ำกว่า 15,000 บาท  | 6             | (2.83%)  | 149       | (70.28%) | 27    | (12.74%) | 30        | (14.15%) | 212 | (100%) |
| 15,001 - 25,000 บาท | 11            | (4.80%)  | 138       | (60.26%) | 37    | (16.16%) | 43        | (18.78%) | 229 | (100%) |
| 25,001 - 35,000 บาท | 4             | (6.06%)  | 27        | (40.91%) | 16    | (24.24%) | 19        | (28.79%) | 66  | (100%) |
| 35,001 - 50,000 บาท | 10            | (16.95%) | 22        | (37.29%) | 16    | (27.12%) | 11        | (18.64%) | 59  | (100%) |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 26            | (30.23%) | 32        | (37.21%) | 18    | (20.93%) | 10        | (11.63%) | 86  | (100%) |
| รวม                 | 57            | (8.74%)  | 368       | (56.44%) | 114   | (17.48%) | 113       | (17.33%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.9 พบว่าลูกค้าบุคคลธรรมดาส่วนใหญ่เลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์เป็นจำนวน 368 บัญชี สามารถจำแนกตามระดับรายได้ของลูกค้าได้ว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มาใช้บริการเงินฝากประเภทบัญชีออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 149 บัญชี (ร้อยละ 70.28 ของตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท) รองลงมาคือลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 138 บัญชี (ร้อยละ 60.26 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท) ลูกค้าที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 32 บัญชี (ร้อยละ 37.21 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท) และลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 27 ราย (ร้อยละ 40.91 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท) ส่วนลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท มาใช้บริการน้อยที่สุด จำนวน 22 คน (ร้อยละ 37.29 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท)

### ยอดเงินฝากในบัญชี จำแนกตามลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากในบัญชีของลูกค้า

| ยอดเงินฝาก           | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 10,000 บาท   | 211   | 32.36  |
| 10,001 - 30,000 บาท  | 160   | 24.54  |
| 30,001 - 50,000 บาท  | 82    | 12.58  |
| 50,001 - 100,000 บาท | 48    | 7.36   |
| มากกว่า 100,000 บาท  | 151   | 23.16  |
| รวม                  | 652   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : เป็นผลสำรวจที่ได้จากการตอบคำถามในแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 211 บัญชี (ร้อยละ 32.36) รองลงมาคือยอดเงินฝากในบัญชีระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 160 บัญชี (ร้อยละ 24.54) ยอดเงินฝากในบัญชีมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 151 บัญชี (ร้อยละ 23.16) ยอดเงินฝากในบัญชีระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 82 บัญชี (ร้อยละ 12.58) ส่วนลูกค้าบัญชีเงินฝากที่มียอดเงินฝากในบัญชีระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท มีจำนวนการมาใช้บริการน้อยที่สุดเพียง 48 บัญชี (ร้อยละ 7.36)

การที่ลูกค้าส่วนใหญ่มียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งถือได้ว่าไม่มากนัก เป็นไปได้ว่าเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุยังน้อย เพิ่งจบการศึกษาและเริ่มทำงาน มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วทำให้เหลือเงินออมไม่มาก

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากในบัญชีของลูกค้า จำแนกตามเพศ

| เพศ  | ยอดเงินฝาก     |          |                 |          |                 |          |                  |          |                 |          | รวม |        |
|------|----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|------------------|----------|-----------------|----------|-----|--------|
|      | ต่ำกว่า 10,000 |          | 10,001 - 30,000 |          | 30,001 - 50,000 |          | 50,001 - 100,000 |          | มากกว่า 100,000 |          |     |        |
|      | บาท            | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) | บาท              | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) |     |        |
| ชาย  | 58             | (25.66%) | 52              | (23.01%) | 31              | (13.72%) | 14               | (6.19%)  | 71              | (31.42%) | 226 | (100%) |
| หญิง | 153            | (35.92%) | 108             | (25.35%) | 51              | (11.97%) | 34               | (7.98%)  | 80              | (18.78%) | 426 | (100%) |
| รวม  | 211            | (32.36%) | 160             | (24.54%) | 82              | (12.58%) | 48               | (7.36%)  | 151             | (23.16%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.11 ที่แสดงร้อยละของยอดเงินในบัญชีเงินฝาก จำแนกตามเพศของลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการ พบว่าลูกค้าที่มียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท มาใช้บริการบัญชีเงินฝากมากที่สุดเป็นจำนวน 211 บัญชี ผลการสำรวจพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สามารถแบ่งเป็นลูกค้าที่มียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาทที่เพศหญิงจำนวน 163 บัญชี (ร้อยละ 36.92 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง) ที่เหลือเป็นลูกค้าเพศชาย จำนวน 58 คน (ร้อยละ 25.66 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย)

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพ    | ยอดเงินฝาก     |          |                 |          |                 |          |                  |          |                 |          | รวม |        |
|------------|----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|------------------|----------|-----------------|----------|-----|--------|
|            | ต่ำกว่า 10,000 |          | 10,001 - 30,000 |          | 30,001 - 50,000 |          | 50,001 - 100,000 |          | มากกว่า 100,000 |          |     |        |
|            | บาท            | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) | บาท              | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) |     |        |
| โสด        | 163            | (40.75%) | 125             | (31.25%) | 50              | (12.50%) | 25               | (6.25%)  | 37              | (9.25%)  | 400 | (100%) |
| สมรส       | 48             | (19.05%) | 33              | (13.10%) | 42              | (16.67%) | 21               | (8.33%)  | 108             | (42.86%) | 252 | (100%) |
| หย่า/หม้าย | 0              | (0.00%)  | 2               | (20.00%) | 0               | (0.00%)  | 2                | (20.00%) | 6               | (60.00%) | 10  | (100%) |
| รวม        | 211            | (31.87%) | 160             | (24.17%) | 92              | (13.90%) | 48               | (7.25%)  | 151             | (22.81%) | 662 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.12 พบว่าลูกค้าที่มียอดเงินฝากต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการบัญชีเงินฝากของธนาคารมากที่สุดเป็นจำนวน 211 บัญชี แบ่งเป็นลูกค้าที่มีสถานภาพโสดมาใช้บริการมากที่สุดเป็นจำนวน 163 บัญชี (ร้อยละ 40.75 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพโสด) รองลงมาคือลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 48 บัญชี (ร้อยละ 19.05 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรส)

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากของลูกค้า จำแนกตามอายุ

| อายุ          | ยอดเงินฝาก     |          |                 |          |                 |          |                  |         |                 |           | รวม |        |
|---------------|----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|------------------|---------|-----------------|-----------|-----|--------|
|               | ต่ำกว่า 10,000 |          | 10,001 - 30,000 |          | 30,001 - 50,000 |          | 50,001 - 100,000 |         | มากกว่า 100,000 |           |     |        |
|               | บาท            |          | บาท             |          | บาท             |          | บาท              |         | บาท             |           |     |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี | 31             | (62.00%) | 9               | (18.00%) | 2               | (4.00%)  | 0                | (0.00%) | 8               | (16.00%)  | 50  | (100%) |
| 21 - 30 ปี    | 117            | (38.87%) | 105             | (34.88%) | 34              | (11.30%) | 24               | (7.97%) | 21              | (6.98%)   | 301 | (100%) |
| 31 - 40 ปี    | 45             | (23.94%) | 28              | (14.89%) | 40              | (21.28%) | 18               | (9.57%) | 57              | (30.32%)  | 188 | (100%) |
| 41 - 50 ปี    | 18             | (19.35%) | 18              | (19.35%) | 6               | (6.45%)  | 6                | (6.45%) | 45              | (48.39%)  | 93  | (100%) |
| 51 ปีขึ้นไป   | 0              | (0.00%)  | 0               | (0.00%)  | 0               | (0.00%)  | 0                | (0.00%) | 20              | (100.00%) | 20  | (100%) |
| รวม           | 211            | (32.36%) | 160             | (24.54%) | 82              | (12.58%) | 48               | (7.36%) | 151             | (23.16%)  | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ลูกค้าที่มียอดเงินฝากต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 211 บัญชี ที่มาใช้บริการมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 117 บัญชี (ร้อยละ 38.87 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 21 – 30 ปี) รองลงมาคือลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 45 บัญชี (ร้อยละ 23.94 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 31 – 40 ปี) ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 31 บัญชี (ร้อยละ 62.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี) และลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 18 บัญชี (ร้อยละ 19.35 ที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี)

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา         | ยอดเงินฝาก     |          |                 |          |                 |          |                  |          |                 |          | รวม |        |
|------------------|----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|------------------|----------|-----------------|----------|-----|--------|
|                  | ต่ำกว่า 10,000 |          | 10,001 - 30,000 |          | 30,001 - 50,000 |          | 50,001 - 100,000 |          | มากกว่า 100,000 |          |     |        |
|                  | บาท            | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) | บาท              | (ร้อยละ) | บาท             | (ร้อยละ) |     |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49             | (50.52%) | 21              | (21.65%) | 4               | (4.12%)  | 2                | (2.06%)  | 21              | (21.65%) | 97  | (100%) |
| ปริญญาตรี        | 138            | (31.36%) | 109             | (24.77%) | 63              | (14.32%) | 33               | (7.50%)  | 97              | (22.05%) | 440 | (100%) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 24             | (20.87%) | 30              | (26.09%) | 15              | (13.04%) | 13               | (11.30%) | 33              | (28.70%) | 115 | (100%) |
| รวม              | 211            | (32.36%) | 160             | (24.54%) | 82              | (12.58%) | 48               | (7.36%)  | 151             | (23.16%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ลูกค้าที่มียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด เป็นจำนวน 138 บัญชี (ร้อยละ 31.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี) รองลงมาคือลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 49 บัญชี (ร้อยละ 50.52 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี) ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีน้อยที่สุด จำนวน 24 บัญชี (ร้อยละ 20.87 ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี)

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ              | ยอดเงินฝาก     |          |                 |          |                 |          |                  |          |                 |          | รวม |        |
|--------------------|----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|------------------|----------|-----------------|----------|-----|--------|
|                    | ต่ำกว่า 10,000 |          | 10,001 - 30,000 |          | 30,001 - 50,000 |          | 50,001 - 100,000 |          | มากกว่า 100,000 |          |     |        |
|                    | บาท            |          | บาท             |          | บาท             |          | บาท              |          | บาท             |          |     |        |
| นักเรียน/นักศึกษา  | 26             | (63.41%) | 9               | (21.95%) | 6               | (14.63%) | 0                | (0.00%)  | 0               | (0.00%)  | 41  | (100%) |
| เจ้าของกิจการ      | 4              | (5.19%)  | 7               | (9.09%)  | 9               | (11.69%) | 4                | (5.19%)  | 53              | (68.83%) | 77  | (100%) |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 145            | (33.72%) | 122             | (28.37%) | 58              | (13.49%) | 33               | (7.67%)  | 72              | (16.74%) | 430 | (100%) |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11             | (33.33%) | 8               | (24.24%) | 3               | (9.09%)  | 5                | (15.15%) | 6               | (18.18%) | 33  | (100%) |
| ข้าราชการ          | 4              | (11.11%) | 6               | (16.67%) | 6               | (16.67%) | 4                | (11.11%) | 16              | (44.44%) | 36  | (100%) |
| รับจ้าง            | 21             | (60.00%) | 8               | (22.86%) | 0               | (0.00%)  | 2                | (5.71%)  | 4               | (11.43%) | 35  | (100%) |
| อื่น ๆ             | 0              | (0.00%)  | 0               | #DIV/0!  | 0               | (0.00%)  | 0                | (0.00%)  | 0               | (0.00%)  | 0   | (0%)   |
| รวม                | 211            | (32.36%) | 160             | (24.54%) | 82              | (12.58%) | 48               | (7.36%)  | 151             | (23.16%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ลูกค้าที่มียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 211 บัญชี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 145 บัญชี (ร้อยละ 33.72 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานเอกชน) รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 26 คน (ร้อยละ 63.41 ของกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา) ทำงานรับจ้างทั่วไป จำนวน 21 บัญชี (ร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างรับจ้างทั่วไป) เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 11 บัญชี (ร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานรัฐวิสาหกิจ) ส่วนข้าราชการ มีจำนวน 4 บัญชี (ร้อยละ 11.11 ของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการ) และเจ้าของกิจการมี จำนวน 4 บัญชี (ร้อยละ 5.19 ของกลุ่มตัวอย่างเจ้าของกิจการ)

ตารางที่ 4.16

แสดงจำนวนและร้อยละของยอดเงินฝากของลูกค้า จำแนกตามรายได้

| รายได้              | ยอดเงินฝาก     |          |                 |          |            |          |             |          |                 |          | รวม |        |
|---------------------|----------------|----------|-----------------|----------|------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------|-----|--------|
|                     | ต่ำกว่า 10,000 |          | 10,001 - 30,000 |          | 30,001 -   |          | 50,001 -    |          | มากกว่า 100,000 |          |     |        |
|                     | บาท            |          | บาท             |          | 50,000 บาท |          | 100,000 บาท |          | บาท             |          |     |        |
| ต่ำกว่า 15,000 บาท  | 120            | (56.60%) | 64              | (30.19%) | 18         | (8.49%)  | 6           | (2.83%)  | 4               | (1.89%)  | 212 | (100%) |
| 15,001 - 25,000 บาท | 61             | (26.64%) | 74              | (32.31%) | 39         | (17.03%) | 21          | (9.17%)  | 34              | (14.85%) | 229 | (100%) |
| 25,001 - 35,000 บาท | 16             | (24.24%) | 15              | (22.73%) | 10         | (15.15%) | 5           | (7.58%)  | 20              | (30.30%) | 66  | (100%) |
| 35,001 - 50,000 บาท | 10             | (16.95%) | 1               | (1.69%)  | 9          | (15.25%) | 10          | (16.95%) | 29              | (49.15%) | 59  | (100%) |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 4              | (4.65%)  | 6               | (6.98%)  | 6          | (6.98%)  | 6           | (6.98%)  | 64              | (74.42%) | 86  | (100%) |
| รวม                 | 211            | (32.36%) | 160             | (24.54%) | 82         | (12.58%) | 48          | (7.36%)  | 151             | (23.16%) | 652 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ลูกค้าที่มียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 211 บัญชี เป็นลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทมากที่สุดเป็นจำนวน 120 บัญชี (ร้อยละ 56.60 ของกลุ่มตัวอย่างรายได้ต่ำ 15,000 บาท) รองลงมาคือลูกค้าที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 61 บัญชี (ร้อยละ 26.64 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท) ลูกค้าที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 16 บัญชี (ร้อยละ 24.24 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท) ลูกค้าที่มีรายได้ 35,001 – 50,000 บาท จำนวน 10 บัญชี (ร้อยละ 16.95 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001 – 50,000 บาท) ส่วนลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 4 บัญชี (ร้อยละ 4.65 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,000 บาท)

ผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านการเงินประเภทอื่นของธนาคาร จำแนกตามลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ตารางที่ 4.17

แสดงร้อยละของผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารที่ลูกค้าสนใจ

| ผลิตภัณฑ์หรือบริการของทาง<br>ธนาคารที่สนใจ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------|-------|--------|
| บัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด                    | 242   | 32.35  |
| อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์                      | 138   | 18.45  |
| บัญชีกองทุน                                | 207   | 27.67  |
| สินเชื่อ                                   | 98    | 13.10  |
| ประกันชีวิต/ประกันอุบัติเหตุ               | 61    | 8.16   |
| อื่น ๆ                                     | 2     | 0.27   |
| รวม                                        | 748   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : เป็นผลสำรวจที่ได้จากการตอบคำถามในแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาให้ความสนใจกับบริการบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดของธนาคารมากที่สุดเป็นจำนวน 242 คน (ร้อยละ 32.35) รองลงมาคือ บริการบัญชีกองทุน จำนวน 207 คน (ร้อยละ 27.67) บริการอินเทอร์เน็ต/ทางโทรศัพท์ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 18.45) บริการด้านสินเชื่อ จำนวน 98 คน (ร้อยละ 13.10) ประกันชีวิต/ประกันอุบัติเหตุ จำนวน 61 คน (ร้อยละ 8.16) ส่วนบริการด้านอื่น ๆ ได้รับความสนใจจากลูกค้าที่มาใช้บริการน้อยที่สุด จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.27) และลูกค้าไม่ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่าเป็นบริการประเภทใด

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าบัตรเครดิตหรือบัตรกดเงินสดเป็นบริการที่น่าสนใจมากที่สุด เพราะสามารถทำได้ง่าย กำหนดระดับเงินเดือนขั้นต่ำไว้เพียง 15,000 บาทต่อเดือน และสนองตอบกับความต้องการในการใช้จ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า ขออนุมัติเพียงครั้งเดียวจากนั้นจะ

ได้วงเงินสินเชื่อล่วงหน้าจำนวนหนึ่งสำหรับใช้จ่าย ทำให้ซื้อของได้ทันทีที่ต้องการโดยไม่ต้องมีเงินสด ไม่ต้องหาเครื่องเอทีเอ็มเพื่อกดเงินหรือรอกเบิกเงินสดจากธนาคาร รวมทั้งไม่ต้องรอกเงินเดือนออกตอนสิ้นเดือน

และจากผลสำรวจที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงนักทำให้รายได้ที่เหลือจากการใช้จ่ายเป็นเงินฝากเหลืออยู่น้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งไม่เพียงพอต่อการซื้อกองทุนหรือใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร และบริการที่ลูกค้าเงินฝากส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ธนาคารเป็นเพียงแค่การเบิก – ถอนเงินสด ที่ไม่สามารถใช้บริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์

#### ตารางที่ 4.18

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบริการของธนาคารที่ลูกค้าสนใจ

| เพศ  | ประเภทบริการ                |          |                           |          |        |          |          |          |        |         |       | รวม     |     |        |
|------|-----------------------------|----------|---------------------------|----------|--------|----------|----------|----------|--------|---------|-------|---------|-----|--------|
|      | บัตรเครดิต/บัตร<br>กดเงินสด |          | อินเทอร์เน็ต/<br>โทรศัพท์ |          | กองทุน |          | สินเชื่อ |          | ประกัน |         | อื่นๆ |         |     |        |
|      |                             |          |                           |          |        |          |          |          |        |         |       |         |     |        |
| ชาย  | 84                          | (29.68%) | 68                        | (24.03%) | 69     | (24.38%) | 42       | (14.84%) | 20     | (7.07%) | 0     | (0.00%) | 283 | (100%) |
| หญิง | 158                         | (33.98%) | 70                        | (15.05%) | 138    | (29.68%) | 56       | (12.04%) | 41     | (8.82%) | 2     | (0.43%) | 465 | (100%) |
| รวม  | 242                         | (32.35%) | 138                       | (18.45%) | 207    | (27.67%) | 98       | (13.10%) | 61     | (8.16%) | 2     | (0.27%) | 748 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่ให้ความสนใจกับบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดมากที่สุด จำนวน 242 คน เมื่อจำแนกตามเพศของลูกค้าพบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 158 คน (ร้อยละ 33.98 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง) ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 84 คน (ร้อยละ 29.68 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย)

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวนและร้อยละของบริการของธนาคารที่ลูกค้าสนใจ จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพ    | ประเภทบริการ    |          |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         | รวม |        |
|------------|-----------------|----------|---------------|----------|--------|----------|----------|----------|--------|----------|--------|---------|-----|--------|
|            | บัตรเครดิต/บัตร |          | อินเทอร์เน็ต/ |          | กองทุน |          | สินเชื่อ |          | ประกัน |          | อื่น ๆ |         |     |        |
|            | กดเงินสด        | โทรศัพท์ |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         |     |        |
| โสด        | 168             | (34.15%) | 107           | (21.75%) | 126    | (25.61%) | 53       | (10.77%) | 36     | (7.32%)  | 2      | (0.41%) | 492 | (100%) |
| สมรส       | 74              | (29.60%) | 29            | (11.60%) | 79     | (31.60%) | 43       | (17.20%) | 25     | (10.00%) | 0      | (0.00%) | 250 | (100%) |
| หย่า/หม้าย | 0               | (0.00%)  | 2             | (33.33%) | 2      | (33.33%) | 2        | (33.33%) | 0      | (0.00%)  | 0      | (0.00%) | 6   | (100%) |
| รวม        | 242             | (32.35%) | 138           | (18.45%) | 207    | (27.67%) | 98       | (13.10%) | 61     | (8.16%)  | 2      | (0.27%) | 748 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ลูกค้าที่ให้ความสนใจกับบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดมีมากที่สุด จำนวน 242 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรสแล้วพบว่ามียูกค้าที่มีสถานภาพโสดให้ความสนใจต่อบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ทั้งนี้สามารถแบ่งเป็นลูกค้าที่มีสถานภาพโสด จำนวน 168 คน (ร้อยละ 34.15 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพโสด) และลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 74 คน (ร้อยละ 29.60 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรส)

ตารางที่ 4.20

แสดงจำนวนและร้อยละของบริการของธนาคารที่ลูกค้าสนใจ จำแนกตามอายุ

| อายุ          | ประเภทบริการ    |          |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         | รวม |        |
|---------------|-----------------|----------|---------------|----------|--------|----------|----------|----------|--------|----------|--------|---------|-----|--------|
|               | บัตรเครดิต/บัตร |          | อินเทอร์เน็ต/ |          | กองทุน |          | สินเชื่อ |          | ประกัน |          | อื่น ๆ |         |     |        |
|               | กดเงินสด        | โทรศัพท์ |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         |     |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี | 20              | (31.25%) | 27            | (42.19%) | 8      | (12.50%) | 3        | (4.69%)  | 6      | (9.38%)  | 0      | (0.00%) | 64  | (100%) |
| 21 - 30 ปี    | 136             | (34.96%) | 70            | (17.99%) | 106    | (27.25%) | 46       | (11.83%) | 29     | (7.46%)  | 2      | (0.51%) | 389 | (100%) |
| 31 - 40 ปี    | 69              | (33.82%) | 21            | (10.29%) | 63     | (30.88%) | 35       | (17.16%) | 16     | (7.84%)  | 0      | (0.00%) | 204 | (100%) |
| 41 - 50 ปี    | 17              | (23.29%) | 20            | (27.40%) | 21     | (28.77%) | 9        | (12.33%) | 6      | (8.22%)  | 0      | (0.00%) | 73  | (100%) |
| 51 ปีขึ้นไป   | 0               | (0.00%)  | 0             | (0.00%)  | 9      | (50.00%) | 5        | (27.78%) | 4      | (22.22%) | 0      | (0.00%) | 18  | (100%) |
| รวม           | 242             | (32.35%) | 138           | (18.45%) | 207    | (27.67%) | 98       | (13.10%) | 61     | (8.16%)  | 2      | (0.27%) | 748 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ลูกค้าที่ให้ความสนใจกับบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดมากที่สุด จำนวน 242 คน เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ จะได้ว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีมากที่สุด จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.56 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 21 – 30 ปี) รองลงมาคือ ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 69 คน (ร้อยละ 33.82 ของกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี) ลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี จำนวน 20 คน (ร้อยละ 31.25 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี) และ ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 17 คน (ร้อยละ 23.29 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี)

#### ตารางที่ 4.21

แสดงร้อยละของบริการของธนาคารที่ถูกค้าสนใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา         | ประเภทบริการ    |          |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         | รวม |        |
|------------------|-----------------|----------|---------------|----------|--------|----------|----------|----------|--------|----------|--------|---------|-----|--------|
|                  | บัตรเครดิต/บัตร |          | อินเทอร์เน็ต/ |          | กองทุน |          | สินเชื่อ |          | ประกัน |          | อื่น ๆ |         |     |        |
|                  | กดเงินสด        |          | โทรศัพท์      |          |        |          |          |          |        |          |        |         |     |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 33              | (40.24%) | 21            | (25.61%) | 17     | (20.73%) | 7        | (8.54%)  | 4      | (4.88%)  | 0      | (0.00%) | 82  | (100%) |
| ปริญญาตรี        | 172             | (31.79%) | 95            | (17.56%) | 152    | (28.10%) | 77       | (14.23%) | 43     | (7.95%)  | 2      | (0.37%) | 541 | (100%) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 37              | (29.60%) | 22            | (17.60%) | 38     | (30.40%) | 14       | (11.20%) | 14     | (11.20%) | 0      | (0.00%) | 125 | (100%) |
| รวม              | 242             | (32.35%) | 138           | (18.45%) | 207    | (27.67%) | 98       | (13.10%) | 61     | (8.16%)  | 2      | (0.27%) | 748 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ลูกค้าที่ให้ความสนใจกับบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดมากที่สุด จำนวน 242 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา จะได้ว่ามีลูกค้าที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 172 คน (ร้อยละ 31.79 ของกลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับปริญญาตรี) รองลงมาคือลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน (ร้อยละ 29.60 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี) ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีน้อยที่สุด จำนวน 33 คน (ร้อยละ 40.24 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี)

#### ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวนและร้อยละของบริการของธนาคารที่ถูกค้าสนใจ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ              | ประเภทบริการ    |          |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         | รวม |        |
|--------------------|-----------------|----------|---------------|----------|--------|----------|----------|----------|--------|----------|--------|---------|-----|--------|
|                    | บัตรเครดิต/บัตร |          | อินเทอร์เน็ต/ |          | กองทุน |          | สินเชื่อ |          | ประกัน |          | อื่น ๆ |         |     |        |
|                    | กดเงินสด        | โทรศัพท์ |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         |     |        |
| นักเรียน/นักศึกษา  | 18              | (32.73%) | 25            | (45.45%) | 4      | (7.27%)  | 2        | (3.64%)  | 6      | (10.91%) | 0      | (0.00%) | 55  | (100%) |
| เจ้าของกิจการ      | 12              | (22.22%) | 4             | (7.41%)  | 15     | (27.78%) | 15       | (27.78%) | 8      | (14.81%) | 0      | (0.00%) | 54  | (100%) |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 162             | (32.27%) | 101           | (20.12%) | 153    | (30.48%) | 56       | (11.16%) | 30     | (5.98%)  | 0      | (0.00%) | 502 | (100%) |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 13              | (25.49%) | 4             | (7.84%)  | 13     | (25.49%) | 10       | (19.61%) | 9      | (17.65%) | 2      | (3.92%) | 51  | (100%) |
| ข้าราชการ          | 14              | (25.00%) | 4             | (7.14%)  | 18     | (32.14%) | 12       | (21.43%) | 8      | (14.29%) | 0      | (0.00%) | 56  | (100%) |
| รับจ้าง            | 23              | (76.67%) | 0             | (0.00%)  | 4      | (13.33%) | 3        | (10.00%) | 0      | (0.00%)  | 0      | (0.00%) | 30  | (100%) |
| อื่น ๆ             | 0               | (0.00%)  | 0             | (0.00%)  | 0      | (0.00%)  | 0        | (0.00%)  | 0      | (0.00%)  | 0      | (0.00%) | 0   | (0%)   |
| รวม                | 242             | (32.35%) | 138           | (18.45%) | 207    | (27.67%) | 98       | (13.10%) | 61     | (8.16%)  | 2      | (0.27%) | 748 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.22 แสดงร้อยละของบริการของธนาคารที่ถูกค้าสนใจ จำแนกตามอาชีพของลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา พบว่า ลูกค้าที่ให้ความสนใจกับบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดมากที่สุด จำนวน 242 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 162 คน (ร้อยละ 32.27 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน) รองลงมาคือลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง จำนวน 23 คน (ร้อยละ 76.67 ของกลุ่มตัวอย่างรับจ้าง) ลูกค้าที่ยังคงเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 18 คน (ร้อยละ 32.73 ของกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา) ข้าราชการ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 25.00 ของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการ) เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 13 คน (ร้อยละ 25.48 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานรัฐวิสาหกิจ) ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการน้อยที่สุด จำนวน 12 คน (ร้อยละ 22.22 ของกลุ่มตัวอย่างเจ้าของกิจการ)

#### ตารางที่ 4.23

แสดงจำนวนและร้อยละของบริการของธนาคารที่ลูกค้าสนใจ จำแนกตามรายได้

| รายได้              | ประเภทบริการ    |          |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         | รวม |        |
|---------------------|-----------------|----------|---------------|----------|--------|----------|----------|----------|--------|----------|--------|---------|-----|--------|
|                     | บัตรเครดิต/บัตร |          | อินเทอร์เน็ต/ |          | กองทุน |          | สินเชื่อ |          | ประกัน |          | อื่น ๆ |         |     |        |
|                     | กดเงินสด        | โทรศัพท์ |               |          |        |          |          |          |        |          |        |         |     |        |
| ต่ำกว่า 15,000 บาท  | 105             | (41.50%) | 57            | (22.53%) | 48     | (18.97%) | 19       | (7.51%)  | 22     | (8.70%)  | 2      | (0.79%) | 253 | (100%) |
| 15,001 - 25,000 บาท | 88              | (30.03%) | 59            | (20.14%) | 92     | (31.40%) | 37       | (12.63%) | 17     | (5.80%)  | 0      | (0.00%) | 293 | (100%) |
| 25,001 - 35,000 บาท | 21              | (33.87%) | 6             | (9.68%)  | 21     | (33.87%) | 12       | (19.35%) | 2      | (3.23%)  | 0      | (0.00%) | 62  | (100%) |
| 35,001 - 50,000 บาท | 18              | (24.00%) | 12            | (16.00%) | 24     | (32.00%) | 13       | (17.33%) | 8      | (10.67%) | 0      | (0.00%) | 75  | (100%) |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 10              | (13.33%) | 4             | (5.33%)  | 22     | (29.33%) | 17       | (22.67%) | 12     | (16.00%) | 0      | (0.00%) | 65  | (100%) |
| รวม                 | 242             | (32.35%) | 138           | (18.45%) | 207    | (27.67%) | 98       | (13.10%) | 61     | (8.16%)  | 2      | (0.27%) | 748 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ลูกค้าที่ให้ความสนใจกับบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 242 คน มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 105 คน (ร้อยละ 41.50 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท) รองลงมาเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 88 คน (ร้อยละ 30.03 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท) ลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 21 คน (ร้อยละ 33.87 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000) ลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท จำนวน 18 คน (ร้อยละ 24.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท) ส่วนลูกค้าที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทและมีความสนใจต่อบริการบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดของธนาคารมีน้อยที่สุด จำนวน 10 คน (ร้อยละ 13.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาท) การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสนใจบริการด้านบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด อาจเป็นเพราะจะได้นำเงินสดที่มีไปใช้ก่อนหรือมีไว้เพื่อเสริมสภาพคล่อง เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีรายได้ประจำไม่สูงนัก

ประเภทของบัญชีเงินฝากแยกตามระดับความพึงพอใจ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ตารางที่ 4.24

แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจ

|             | ระดับความพึงพอใจ |          |     |          |         |          |            |          | รวม  |        |
|-------------|------------------|----------|-----|----------|---------|----------|------------|----------|------|--------|
|             | มากที่สุด        |          | มาก |          | ปานกลาง |          | น้อยที่สุด |          |      |        |
| กระแสรายวัน | 42               | (11.05%) | 29  | (7.63%)  | 34      | (8.95%)  | 275        | (72.37%) | 380  | (100%) |
| ออมทรัพย์   | 219              | (57.63%) | 83  | (21.84%) | 62      | (16.32%) | 16         | (4.21%)  | 380  | (100%) |
| ประจำ       | 61               | (16.05%) | 130 | (34.21%) | 170     | (44.74%) | 19         | (5.00%)  | 380  | (100%) |
| ทวีทรัพย์   | 58               | (15.26%) | 138 | (36.32%) | 114     | (30.00%) | 70         | (18.42%) | 380  | (100%) |
|             | 380              | (25.00%) | 380 | (25.00%) | 380     | (25.00%) | 380        | (25.00%) | 1520 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.24 แสดงร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจ พบว่าที่ความพึงพอใจระดับมากที่สุด ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการบัญชีเงินฝากของธนาคารมีความพอใจต่อบัญชีออมทรัพย์มากที่สุดเป็นจำนวน 219 คน (ร้อยละ 57.63) รองลงมาคือบัญชีเงินฝากประเภทฝากประจำ จำนวน 61 คน (ร้อยละ 16.05) และบัญชีเงินฝากประเภททวีทรัพย์ จำนวน 58 คน (ร้อยละ 15.25) ส่วนบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวันได้รับความพึงพอใจระดับมากที่สุดจากลูกค้าน้อยที่สุด จำนวน 42 คน (ร้อยละ 11.05)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการบัญชีเงินฝากส่วนใหญ่ของธนาคารพอใจกับบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด ซึ่งไม่มีงานวิจัยใดในส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ของที่ผู้วิจัยพบทวนไว้ได้ทำการศึกษาตัวแปรนี้

ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพอใจบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากกว่าประเภทอื่น ๆ เพราะบัญชีออมทรัพย์สามารถใช้ฝาก – ถอน เงินสดได้ทุกช่วงเวลา ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการโดยหักผ่านบัญชีได้โดยตรงไม่ต้องเดินทางไปจ่ายค่าสินค้าและบริการยังแหล่งที่รับชำระซึ่งจะต้อง

เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางและมีต้นทุนค่าเสียโอกาสเกิดขึ้นเพราะแทนที่จะนำเวลาที่ใช้สำหรับเดินทางรวมกับเวลาที่รอรับการให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการไปใช้สำหรับทำอย่างอื่น ยิ่งถ้าลูกค้ามีจำนวนสินค้าและบริการที่ต้องไปชำระที่จุดชำระค่าบริการที่แตกต่างกันเป็นจำนวนมาก ครั้งในแต่ละเดือนด้วยแล้วจึงจะทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงค่าเดินทางและต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.25

แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามเพศ

| เพศ  | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|      | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ชาย  | 12            | (8.57%)  | 89        | (63.57%) | 20    | (14.29%) | 19        | (13.57%) | 140 | (100%) |
| หญิง | 30            | (12.50%) | 130       | (54.17%) | 41    | (17.08%) | 39        | (16.25%) | 240 | (100%) |
| รวม  | 42            | (11.05%) | 219       | (57.63%) | 61    | (16.05%) | 58        | (15.26%) | 380 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 219 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้มีลูกค้าเพศหญิงที่พอใจต่อบัญชีเงินฝากออมทรัพย์มีจำนวน 130 คน (ร้อยละ 54.17 ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง) ที่เหลือเป็นลูกค้าเพศชายจำนวน 89 คน (ร้อยละ 63.76 ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย)

ตารางที่ 4.26

แสดงร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพ    | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|            | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| โสด        | 17            | (6.46%)  | 191       | (72.62%) | 22    | (8.37%)  | 33        | (12.55%) | 263 | (100%) |
| สมรส       | 21            | (18.92%) | 26        | (23.42%) | 39    | (35.14%) | 25        | (22.52%) | 111 | (100%) |
| หย่า/หม้าย | 4             | (66.67%) | 2         | (33.33%) | 0     | (0.00%)  | 0         | (0.00%)  | 6   | (100%) |
| รวม        | 42            | (11.05%) | 219       | (57.63%) | 61    | (16.05%) | 58        | (15.26%) | 380 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 219 คน มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 21 คน (ร้อยละ 18.92 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรส) รองลงมาคือลูกค้ำที่มีสถานภาพโสด จำนวน 17 คน (ร้อยละ 6.46 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพโสด) ส่วนลูกค้ำที่มีสถานภาพหย่า/หม้าย มีน้อยที่สุด จำนวน 4 คน (ร้อยละ 66.67 ของกลุ่มตัวอย่างสถานภาพหย่า/หม้าย)

ตารางที่ 4.27

แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามอายุ

| อายุ          | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|---------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|               | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี | 0             | (0.00%)  | 38        | (86.36%) | 4     | (9.09%)  | 2         | (4.55%)  | 44  | (100%) |
| 21 - 30 ปี    | 14            | (7.25%)  | 129       | (66.84%) | 18    | (9.33%)  | 32        | (16.58%) | 193 | (100%) |
| 31 - 40 ปี    | 13            | (13.83%) | 40        | (42.55%) | 23    | (24.47%) | 18        | (19.15%) | 94  | (100%) |
| 41 - 50 ปี    | 13            | (32.50%) | 9         | (22.50%) | 12    | (30.00%) | 6         | (15.00%) | 40  | (100%) |
| 51 ปีขึ้นไป   | 2             | (22.22%) | 3         | (33.33%) | 4     | (44.44%) | 0         | (0.00%)  | 9   | (100%) |
| รวม           | 42            | (11.05%) | 219       | (57.63%) | 61    | (16.05%) | 58        | (15.26%) | 380 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 219 คน มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 129 คน (ร้อยละ 66.84 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 21 – 30 ปี) รองลงมาคือลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 40 คน (ร้อยละ 42.55 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 31 – 40 ปี) ลูกค้ำที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี จำนวน 38 คน (ร้อยละ 86.36 ของกลุ่มตัวอย่างอายุน้อยกว่า 21 ปี) ลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 9 คน (ร้อยละ 22.50 ของกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 41 – 50 ปี) ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปและมีความพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดมีน้อยที่สุด จำนวน 3 คน (ร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างอายุ 51 ปี ขึ้นไป)

ตารางที่ 4.28

แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา         | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|------------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|                  | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3             | (4.29%)  | 55        | (78.57%) | 12    | (17.14%) | 0         | (0.00%)  | 70  | (100%) |
| ปริญญาตรี        | 23            | (8.71%)  | 147       | (55.68%) | 43    | (16.29%) | 51        | (19.32%) | 264 | (100%) |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 16            | (34.78%) | 17        | (36.96%) | 6     | (13.04%) | 7         | (15.22%) | 46  | (100%) |
| รวม              | 42            | (11.05%) | 219       | (57.63%) | 61    | (16.05%) | 58        | (15.26%) | 380 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 219 คน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 147 คน (ร้อยละ 55.68 ของกลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับปริญญาตรี) รองลงมาคือลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 55 คน (ร้อยละ 78.67 ของกลุ่มตัวอย่างการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี) ส่วนลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุด จำนวน 17 คน (ร้อยละ 36.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี)

ตารางที่ 4.29

แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ              | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |         |
|--------------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|---------|
|                    | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |         |
| นักเรียน/นักศึกษา  | 0             | (0.00%)  | 37        | (94.87%) | 2     | (5.13%)  | 0         | (0.00%)  | 39  | (100%)  |
| เจ้าของกิจการ      | 12            | (48.00%) | 0         | (0.00%)  | 12    | (48.00%) | 1         | (4.00%)  | 25  | (100%)  |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 26            | (10.36%) | 139       | (55.38%) | 33    | (13.15%) | 53        | (21.12%) | 251 | (100%)  |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 2             | (13.33%) | 7         | (46.67%) | 4     | (26.67%) | 2         | (13.33%) | 15  | (100%)  |
| ข้าราชการ          | 2             | (9.09%)  | 14        | (63.64%) | 4     | (18.18%) | 2         | (9.09%)  | 22  | (100%)  |
| รับจ้าง            | 0             | (0.00%)  | 22        | (78.57%) | 6     | (21.43%) | 0         | (0.00%)  | 28  | (100%)  |
| อื่น ๆ             | 0             | (0.00%)  | 0         | (0.00%)  | 0     | (0.00%)  | 0         | (0.00%)  | 0   | (0.00%) |
| รวม                | 42            | (11.05%) | 219       | (57.63%) | 61    | (16.05%) | 58        | (15.26%) | 380 | (100%)  |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 219 คน ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 139 คน (ร้อยละ 55.38 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานเอกชน) รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 37 คน (ร้อยละ 94.87 ของกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา) ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน (ร้อยละ 21.43 ของกลุ่มตัวอย่างอาชีพรับจ้างทั่วไป) และลูกค้ำที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 4 คน (ร้อยละ 26.67 ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานรัฐวิสาหกิจ) เท่ากับ ข้าราชการ(ร้อยละ 18.18 ของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการ) ส่วนนักเรียน/นักศึกษามีน้อยที่สุด จำนวน 2 คน (ร้อยละ 5.13 ของกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา)

ตารางที่ 4.30

แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามรายได้

| รายได้              | ประเภทเงินฝาก |          |           |          |       |          |           |          | รวม |        |
|---------------------|---------------|----------|-----------|----------|-------|----------|-----------|----------|-----|--------|
|                     | กระแสรายวัน   |          | ออมทรัพย์ |          | ประจำ |          | ทวีทรัพย์ |          |     |        |
| ต่ำกว่า 15,000 บาท  | 4             | (2.61%)  | 119       | (77.78%) | 10    | (6.54%)  | 20        | (13.07%) | 153 | (100%) |
| 15,001 - 25,000 บาท | 16            | (11.43%) | 72        | (51.43%) | 23    | (16.43%) | 29        | (20.71%) | 140 | (100%) |
| 25,001 - 35,000 บาท | 0             | (0.00%)  | 11        | (37.93%) | 14    | (48.28%) | 4         | (13.79%) | 29  | (100%) |
| 35,001 - 50,000 บาท | 6             | (23.08%) | 13        | (50.00%) | 2     | (7.69%)  | 5         | (19.23%) | 26  | (100%) |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 16            | (50.00%) | 4         | (12.50%) | 12    | (37.50%) | 0         | (0.00%)  | 32  | (100%) |
| รวม                 | 42            | (11.05%) | 219       | (57.63%) | 61    | (16.05%) | 58        | (15.26%) | 380 | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 219 คน เป็นลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 119 คน (ร้อยละ 77.78 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท) รองลงมาคือลูกค้ำที่มีระดับรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 72 คน (ร้อยละ 51.43 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท) ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท จำนวน 13 คน (ร้อยละ 50.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ระหว่าง 35,001 – 50,000 บาท) ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 11 คน (ร้อยละ 37.93 ของกลุ่มตัวอย่างระดับรายได้ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท) ส่วนลูกค้ำที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีน้อยที่สุด จำนวน 4 คน (ร้อยละ 12.50 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท)

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากของธนาคารใน ด้านการบริการ  
ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดความหมาย  
ของสัญลักษณ์ที่ใช้ดังนี้

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$H_0$  แทน สมมติฐานหลัก

$H_1$  แทน สมมติฐานรอง

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝาก ในด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 4.31

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมิน  
ระดับความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ปัจจัยทางการตลาด               | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ด้านพนักงาน                 | 4.28      | 0.62 | มากที่สุด        |
| 2. ด้านบริการ                  | 4.24      | 0.75 | มากที่สุด        |
| 3. ด้านสถานที่                 | 4.12      | 0.72 | มาก              |
| 4.ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร | 4.35      | 0.71 | มากที่สุด        |
| รวม                            | 4.25      | 0.70 | มากที่สุด        |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

การแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามปัจจัยทางการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4.31 พบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านพนักงานและด้านบริการเป็นปัจจัยด้านการตลาดที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการของธนาคารเป็นปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.70 หมายความว่าคะแนนระดับความพึงพอใจมีการกระจายตัวไม่มาก กลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาในแต่ด้านพบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารมีค่าเฉลี่ย (X) ของคะแนนระดับความพึงพอใจสูงที่สุดเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือปัจจัยด้านพนักงานและด้านบริการ ที่มีค่าเฉลี่ย (X) ของคะแนนรวมของระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.28 และ 4.24 ตามลำดับ ส่วนด้านสถานที่ของธนาคารมีค่าเฉลี่ย (X) ของคะแนนระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.12

ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุดมี 3 ปัจจัย คือภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ พนักงานและการบริการของธนาคาร เพราะภาพลักษณ์ที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ พนักงานธนาคารทุกคนได้รับการอบรมเกี่ยวกับวิธีการบริการที่เหมาะสม รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินและทำการชักชวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการหลังจากเลิกงานเป็นประจำ นอกจากนั้นธนาคารยังได้ว่าจ้างบริษัท เอซีเนลสัน จำกัด<sup>2</sup> มาทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานในแต่ละครั้งผ่านทางโทรศัพท์ไปสอบถามข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จะมีผลต่อคะแนนการทำงานของและใช้สำหรับประกอบการตัดสินใจพิจารณาผลการดำเนินงานของสาขาด้วย และในระหว่างที่ทำการสำรวจธนาคารอยู่ระหว่างการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการและที่จอดรถของธนาคาร ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการใช้บริการและมีพื้นที่สำหรับจอดรถจำกัด ส่งผลให้ปัจจัยด้านสถานที่ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าในระดับมากเท่านั้น

---

<sup>2</sup> บริษัท เอซีเนลสัน จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการวัดผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด รวมถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.32

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
ของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ปัจจัยทางการตลาด<br>(ด้านพนักงาน)                                      | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1.พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย                                         | 4.39      | 0.54 | มากที่สุด        |
| 2.พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน                                            | 4.16      | 0.68 | มาก              |
| 3.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเองกับลูกค้า                          | 4.31      | 0.64 | มากที่สุด        |
| 4.พนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า        | 4.32      | 0.67 | มากที่สุด        |
| 5.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ                              | 4.24      | 0.66 | มากที่สุด        |
| 6.พนักงานมีความรอบรู้ในเรื่องการบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดี | 4.26      | 0.55 | มากที่สุด        |
| รวมด้านพนักงาน                                                         | 4.28      | 0.62 | มากที่สุด        |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

การแจกแจงตามปัจจัยทางการตลาดในด้านพนักงาน พบว่าปัจจัยด้านพนักงานสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.62 แสดงว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานในเรื่องต่าง ๆ มีการกระจายน้อย นั่นคือลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานในแต่ละเรื่องใกล้เคียงกัน

ปัจจัยด้านพนักงานที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระดับมากที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย, พนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า, พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเองกับลูกค้าที่มาใช้บริการ, พนักงานมีความรอบรู้ในเรื่องการบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดีและพนักงานมีความกระตือรือร้นในการ

ให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39, 4.32, 4.31, 4.26 และ 4.24) ส่วนความสุภาพอ่อนโยนระหว่าง การให้บริการของพนักงานเป็นปัจจัยด้านพนักงานปัจจัยเดียวที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16)

ตารางที่ 4.33

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบริการ ของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ปัจจัยทางการตลาด<br>(ด้านบริการ)                          | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึง<br>พอใจ |
|-----------------------------------------------------------|-----------|------|----------------------|
| 1. มีการให้บริการที่รวดเร็ว                               | 4.38      | 0.74 | มากที่สุด            |
| 2. การให้บริการมีความถูกต้องครบถ้วน                       | 4.28      | 0.67 | มากที่สุด            |
| 3. มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าอย่าง<br>เพียงพอ    | 4.22      | 0.73 | มากที่สุด            |
| 4. มีขั้นตอนการบริการแก่ลูกค้าที่ไม่ซับซ้อนและ<br>ยุ่งยาก | 4.24      | 0.66 | มากที่สุด            |
| 5. มีการให้บริการกับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน          | 4.10      | 0.85 | มาก                  |
| 6. มีเครื่องอัตโนมัติต่าง ๆ และมีการบริการที่ทันสมัย      | 4.24      | 0.82 | มากที่สุด            |
| รวมด้านบริการ                                             | 4.24      | 0.75 | มากที่สุด            |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมากที่สุดเหมือนปัจจัยด้านพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.75 แสดงว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านบริการเรื่องต่าง ๆ มีการกระจายน้อย นั่นคือส่วนใหญ่ของลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบริการในแต่ละเรื่อง ใกล้เคียงกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.33)

ปัจจัยด้านบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมากที่สุด คือการให้บริการที่รวดเร็ว, บริการมีความถูกต้องครบถ้วน, ขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน ยุ่งยาก รวมถึงมีเครื่องมืออัตโนมัติและทันสมัยไว้คอยให้บริการ และมีจำนวนพนักงานรองรับกับการมาใช้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38, 4.28, 4.24, 4.24 และ 4.22) การให้บริการกับลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการอย่างเท่าเทียมกันเป็นปัจจัยด้านการบริการเรื่องเดียวที่ลูกค้าส่วนใหญ่คิดว่าสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระดับในระดับมากเท่านั้น (ค่าเฉลี่ยกับ 4.10)

ตารางที่ 4.34

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ประเด็นความพึงพอใจ<br>(ด้านสถานที่)              | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวก           | 4.29      | 0.64 | มากที่สุด        |
| 2. สถานที่เป็นระเบียบเรียบร้อย                   | 4.20      | 0.61 | มาก              |
| 3. สถานที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ               | 4.02      | 0.77 | มาก              |
| 4. มีที่นั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ              | 4.19      | 0.78 | มาก              |
| 5. มีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลความปลอดภัย   | 3.98      | 0.75 | มาก              |
| 6. มีการจัดระบบแผนผังของหน่วยบริการต่าง ๆ ชัดเจน | 4.04      | 0.79 | มาก              |
| รวมด้านสถานที่                                   | 4.12      | 0.72 | มาก              |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.72 แสดงว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านสถานที่เรื่องต่าง ๆ มีการกระจายน้อย นั่นคือส่วนใหญ่ของลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ในแต่ละเรื่องไม่แตกต่างกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.34)

ความเหมาะสมและสามารถมาใช้บริการได้สะดวกของทำเลที่ตั้งสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) สถานที่ให้บริการของธนาคารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ มีการจัดระบบแผนผังของหน่วยบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจนและมีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลความปลอดภัย ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความเห็นว่าสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมากเท่านั้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.19, 4.04, 4.02 และ 3.98)

ตารางที่ 4.35

แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากในด้านความน่าเชื่อถือ

| ประเด็นความพึงพอใจ<br>(ความน่าเชื่อถือของธนาคาร)      | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|-------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ธนาคารมีฐานะการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ๆ | 4.45      | 0.64 | มากที่สุด        |
| 2. ธนาคารมีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียง                     | 4.39      | 0.68 | มากที่สุด        |
| 3. ภาพลักษณ์และแนวทางการบริหารของผู้บริหารระดับสูง    | 4.32      | 0.71 | มากที่สุด        |
| 4. มีความคุ้นเคยกับการใช้บริการกับธนาคารมานาน         | 4.24      | 0.79 | มากที่สุด        |
| รวมด้านความน่าเชื่อถือ                                | 4.35      | 0.71 | มากที่สุด        |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารที่มีระบุในแบบสอบถาม อันประกอบไปด้วยฐานะทางการเงินที่มั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ธนาคารมีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียง ธนาคารมีภาพลักษณ์และแนวทางการบริหารของบริหารระดับสูงที่น่าเชื่อถือและลูกค้ามีความคุ้นเคยกับการใช้บริการกับธนาคารมาอย่างยาวนานแล้วแต่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระดับมากที่สุดทั้งสิ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.71 นั่นคือส่วนใหญ่ของลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารในแต่ละเรื่องไม่แตกต่างกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.4)

ส่วนที่ 3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนที่จะถูกยกเลิกไปอันเป็นผลมาจากการใช้บังคับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากกับพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้ากับธนาคารพาณิชย์

#### 1. แจกแจงตามการรับรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

ตารางที่ 4.36

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ทราบเกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

| ความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------|-------|--------|
| ทราบ                                              | 244   | 64.21  |
| ไม่ทราบ                                           | 136   | 35.79  |
| รวม                                               | 380   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักสีลม ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 เรื่องการยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน จำนวน 244 คน (ร้อยละ 64.21) ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ไม่ทราบข้อมูลดังกล่าวมีจำนวน 136 คน (ร้อยละ 35.79)

การประกันเงินฝากมีมาตั้งแต่วิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 ในขณะนั้นรัฐบาลมีมติให้ผู้ฝากเงินและเจ้าหนี้ในสถาบันการเงินได้รับการคุ้มครองเต็มจำนวน (blanket guarantee) เพื่อเรียกความเชื่อมั่นต่อระบบสถาบันการเงินกลับคืนมาจากการความตื่นตระหนกในช่วงเวลานั้น ผู้ศึกษาจึงสันนิษฐานว่าด้วยปัจจัยนี้เองที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ที่มีการประกันการฝากเงินให้กับผู้ฝากเงินต่างกัน ตรงที่พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก ของปี 2551 จะมีการทยอยลดการวงเงินประกันจากเดิมที่เคยแบบเต็มจำนวนลง ผู้ฝากแต่ละรายจะได้รับเงินฝากคืนตามจำนวนที่ฝากแต่ไม่เกินจำนวนที่กฎหมายกำหนด สำหรับผู้ฝากเงินไว้หลายบัญชีหรือในสาขาหลายแห่งของธนาคารหรือสถาบันการเงินเดียวกัน จะนำเงินฝากในทุกบัญชีของผู้ฝากแต่ละรายมาบวกรวมกันก่อน

นอกจากนั้นทางธนาคารยังได้แจกหนังสือทางเลือกเมื่อรัฐทยอยลดค่าประกันเงินฝากให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารล่วงหน้าก่อนที่จะประกาศใช้พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ภายในคู่มือมีรายละเอียดของ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากและอธิบายเกี่ยวกับข้อกำหนดของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มาใช้บริการทุกคนโดยตรงทำให้ลูกค้ารับทราบรายละเอียดของพ.ร.บ.ได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งธนาคารยังได้สอดแทรกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เช่นกองทุนตราสารระยะสั้น (K – Treasury) หรือกองทุนตลาดเงิน (K – Money) เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินทดแทนการฝากเงินแบบเดิม โดยกองทุนที่ธนาคารตั้งขึ้นนี้เลือกที่จะลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลและตัวเงินคงคลัง ที่มีอายุไม่เกิน 1 ปีเป็นส่วนใหญ่ ที่เหลือได้นำไปลงทุนในเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ผลตอบแทนที่ได้อาจจะไม่สูงมากนักแต่ถ้าเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากแล้วพบว่าอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่า อีกทั้งยังมีความเสี่ยงต่ำเพราะเลือกรูปแบบการลงทุนที่มีระดับความเสี่ยงไม่มาก

อย่างไรก็ตาม ตามหลักเศรษฐศาสตร์ การประกันเงินฝากเต็มจำนวนจะทำให้ผู้ฝากเงินไม่ต้องรับผิดชอบผลใด ๆ จากการฝากเงินของตนเอง ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมสุ่มเสี่ยง (Moral Hazard) เช่น นำเงินทั้งหมดไปฝากในสถาบันการเงินที่ให้ผลตอบแทนสูง ๆ โดยมีได้คำนึงถึงความมั่นคงของสถาบันการเงินนั้นเลย

2. แจกแจงตามการตัดสินใจฝากเงินหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

ตารางที่ 4.37

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าต่อการตัดสินใจฝากเงินหลังจากรัฐบาล  
ประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

| ผลของ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครอง<br>เงินฝาก 2551 | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------------|-------|--------|
| มีผลต่อการตัดสินใจ                         | 176   | 46.32  |
| ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ                      | 204   | 53.68  |
| รวม                                        | 380   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.37 แสดงร้อยละของลูกค้าต่อการตัดสินใจฝากเงินหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารคิดว่า พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการฝากเงินของตนเองมากกว่าลูกค้าที่คิดว่าผลของ พ.ร.บ.มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงินของตนเอง โดยลูกค้าที่คิดว่าผลของ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากไม่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจฝากเงินมีจำนวน 204 คน (ร้อยละ 53.68) ในขณะที่ลูกค้าที่คิดว่าผลของ พ.ร.บ.ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงินมีจำนวน 176 คน (ร้อยละ 46.32)

ข้อมูลในตารางที่ 4.37 แสดงให้เห็นว่า พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากไม่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่า พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากจะมีผลใช้บังคับแล้ว (ตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2551) และการคุ้มครองเงินฝากอาจจะส่งผลกระทบทางลบเพราะสถาบันการเงินต้องจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนสถาบันคุ้มครองเงินฝากซึ่งจะเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการรับเงินฝากจนทำให้สถาบันการเงินมีแรงจูงใจที่จะหาเงินทุนจากแหล่งอื่นนอกจากเงินฝากมากขึ้นและทำให้ช่องว่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้เพิ่มขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ย่อมทำให้ผู้ฝากเงินได้รับผลกระทบจากการดอกเบี้ยเงินฝากที่ลดลง การที่ผลของ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก

ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการฝากเงินกับธนาคารมาจากในระยะ 4 ปีแรกของการใช้ระบบคุ้มครองเงินฝากยังคงเป็นการคุ้มครองแบบเต็มจำนวน หลังจากนั้นจึงจะทยอยลดลงเหลือไม่เกิน 50 ล้านบาท และไม่เกิน 1 ล้านบาทต่อคนต่อสถาบันการเงิน ลูกค้าเงินฝากที่มียอดเงินฝากสูงยังยอมรับการลงทุนในรูปของการฝากเงินอยู่ เพราะยังได้รับเงินคุ้มครองเต็มจำนวน ส่วนกลุ่มลูกค้าที่มียอดเงินฝากน้อยกว่า 1 ล้านบาทต่างก็คิดว่าผลของการลดวงเงินคุ้มครองเงินฝากไม่มีอิทธิพลต่อการฝากเงินของตนเอง ทั้งนี้เพราะคิดว่าวงเงินคุ้มครองในระยะนี้ยังมากกว่ายอดเงินฝากที่ตนเองมี ลูกค้าเงินฝากส่วนใหญ่ยังคงมีพฤติกรรมการฝากเงินเหมือนเดิม

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** วงเงินค้ำประกันเงินฝากที่ลดลงจากผลของการประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้า สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน หลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน หลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตัวแปรผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 และพฤติกรรมการฝากเงินมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงได้ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงิน  
ฝาก 2551 กับพฤติกรรมการฝากเงิน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 3.796 | 0.051 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

การพิจารณาเปรียบเทียบผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 กับการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้า โดยใช้สถิติ Chi-Square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) ซึ่งทางเทคนิคเป็นผลทำให้ต้องยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  แต่เนื่องจาก 0.051 แตกต่างจาก 0.050 น้อยมาก ในกรณีจึงอาจจะระบุได้เท่านั้นว่า (might indicate) ผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้าเงินฝากประเภทบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ลูกค้าเงินฝากที่มีเพศแตกต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการ  
ค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำ  
ประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.39

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่แตกต่างกับพฤติกรรม  
การฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 0.000 | 1.000 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรเพศที่แตกต่างและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 1.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนของลูกค้าบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** ลูกค้าเงินฝากที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.40

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันกับ  
พฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 1.824 | 0.402 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรสถานภาพสมรสที่ต่างกันและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีค่า ความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.402 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าสถานภาพสมรสที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนของลูกค้าบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** ลูกค้าเงินฝากที่มีช่วงอายุที่ต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่ต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ช่วงอายุที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ช่วงอายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.41

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 1.723 | 0.787 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรช่วงอายุที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.787 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าช่วงอายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนของลูกค้าบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** ลูกค้าเงินฝากที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.42

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 2.362 | 0.307 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรระดับการศึกษาที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีความน่าจะเป็น Probablity (p) เท่ากับ 0.307 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนของลูกค้าบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** ลูกค้าเงินฝากที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.43

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 6.235 | 0.397 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรประเภทอาชีพที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.397 ซึ่งมากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ประเภทอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนของลูกค้าบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7** ลูกค้ำเงินฝากที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.44

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 8.061 | 0.089 |
| No of Valid Cases  | 380   |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.089 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนของลูกค้าบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปรวมผลการทดสอบสมมติฐานผลของการประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- วงเงินค้ำประกันเงินฝากที่ลดลงอันเป็นผลจากการประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้า
- ลูกค้าที่มีเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน
- ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน
- ลูกค้าที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

- ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

- ลูกค้ำที่มีอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

- ลูกค้ำที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

#### 4. แจกแจงตามการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้ำที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน

##### ตารางที่ 4.45

แสดงจำนวนและร้อยละของทางเลือกสำหรับลูกค้ำหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 แล้วมีผลต่อการตัดสินใจ

| ทางเลือกในการตัดสินใจ                          | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------|-------|--------|
| ย้ายไปฝากธนาคารของรัฐ                          | 46    | 14.11  |
| กระจายหลายชื่อหรือกระจายให้คนอื่น ๆ ในครอบครัว | 19    | 5.83   |
| กระจายเงินฝากไปในสถาบันการเงินหลายแห่ง         | 83    | 25.46  |
| เลือกฝากเงินกับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง    | 121   | 37.12  |
| ถอนเงินฝากไปลงทุนประเภทอื่น                    | 57    | 17.48  |
| อื่น ๆ                                         | 0     | 0.00   |
| รวม                                            | 326   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : ลูกค้ำสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผลการสำรวจการแจกแจงแนวทางการฝากเงินของลูกค้ำที่เห็นว่าผลของพ.ร.บ. สถาบันคุ้มครองเงินฝากที่ทำให้วงเงินค้ำประกันลดจำนวนลงส่งผลกับพฤติกรรมการฝากเงินของตนเองดังแสดงในตารางที่ 4.44 พบว่าส่วนใหญ่ของลูกค้ำที่คิดว่าพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินของตนเองเลือกที่จะฝากเงินกับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงหลังจากที่พ.ร.บ.ดังกล่าวมีผลบังคับใช้ (ร้อยละ 37.12) รองลงไปเลือกที่จะกระจายเงินฝากที่มีไปฝากไว้กับสถาบันทางการเงินหลาย ๆ แห่ง (ร้อยละ 25.46)

หลังจากมีการประกาศใช้พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ลูกค้ำที่คิดว่าอาจจะได้รับผลกระทบจากผลของพ.ร.บ.ฯ มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการฝากเงินของตนเองโดยเลือกนำเงินไปฝากกับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงมากที่สุด สันนิษฐานว่าอาจเนื่องมาจากสาเหตุที่ว่าถ้าสถาบันการเงินที่ลูกค้ำนำเงินไปฝากถูกสั่งปิดกิจการจะทำให้ลูกค้ำต้องเสียเวลาในการขอรับเงินคืน และยังถ้าลูกค้ำมียอดเงินฝากมากกว่า 1 ล้านบาทด้วยแล้ว ลูกค้ำอาจจะได้รับเฉลี่ยทรัพย์สินจากกระบวนการชำระบัญชีสำหรับเงินส่วนที่เกิน 1 ล้านบาทคืนล่าช้าหรือได้รับคืนเพียงเล็กน้อยหรือไม่ได้รับคืนเลย ทำให้ลูกค้ำมีวินัยทางการเงินและมีความระมัดระวังในการฝากเงินมากขึ้น

#### 5. แจกแจงตามพฤติกรรมการกระจายเงินฝากของลูกค้ำที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน

ตารางที่ 4.46

แสดงจำนวนและร้อยละของการกระจายเงินฝากของหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำที่คิดว่าจะได้รับผลกระทบ

| การกระจายเงินฝาก              | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| กระจายแห่งละ 1 ล้านบาท        | 59    | 33.52  |
| กระจายไปธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ | 117   | 66.48  |
| อื่น ๆ                        | 0     | 0.00   |
| รวม                           | 176   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

การแจกแจงพฤติกรรมทางการเงินการกระจายเงินฝากของลูกค้าที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผลต่อพฤติกรรมฝากเงินดังแสดงได้ดังตารางที่ 4.45 พบว่าส่วนใหญ่ของลูกค้าที่คิดเห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงส่งผลต่อพฤติกรรมฝากเงินของตนและคิดว่าจะเปลี่ยนพฤติกรรมฝากเงินเป็นแบบกระจายเงินฝากที่มีหลังจากที่พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากมีผลบังคับใช้มีความเห็นว่าจะกระจายเงินไปฝากกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มากกว่าจะกระจายฝากเงิน 1 ล้านบาทไปยังธนาคารแต่ละแห่ง เป็นสัดส่วนประมาณ 66 ต่อ 34

6. แจกแจงตามปัจจัยด้านความมั่นคงของสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมฝากเงินของลูกค้าที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผลต่อพฤติกรรมฝากเงิน

ตารางที่ 4.47

แสดงจำนวนและร้อยละของเกณฑ์ที่ลูกค้าเลือกใช้สำหรับ  
พิจารณาความมั่นคงของสถาบันการเงิน

| ความมั่นคงของสถาบันการเงิน      | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| งบการเงินของสถาบันการเงิน       | 132   | 75.00  |
| ปริมาณสินทรัพย์ของสถาบันการเงิน | 44    | 25.00  |
| อื่น ๆ                          | 0     | 0.00   |
| รวม                             | 176   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

การแจกแจงตามปัจจัยด้านความมั่นคงของสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมฝากเงินดังแสดงได้ดังตารางที่ 4.46 พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเลือกพิจารณาความมั่นคงของสถาบันการเงินจากงบการเงินของสถาบันนั้น ๆ มากกว่าการพิจารณาปริมาณสินทรัพย์ของสถาบันการเงิน เป็นสัดส่วน 3 ต่อ 1

## 7. แจกแจงตามประเภทของการลงทุนอื่น ๆ

ตารางที่ 4.48

แสดงจำนวนและร้อยละของทางเลือกในการลงทุนแทนการฝากเงินหลังจากรัฐบาลประกาศใช้  
พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ของลูกค้าที่คิดว่าจะได้รับผลกระทบ

| การลงทุนประเภทอื่นแทนการฝากเงิน | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| พันธบัตรรัฐบาล                  | 126   | 32.90  |
| ตราสารหนี้ ตราสารทุน            | 81    | 21.15  |
| กองทุนรวม                       | 90    | 23.50  |
| หุ้นในตลาดหลักทรัพย์            | 32    | 8.36   |
| อสังหาริมทรัพย์                 | 49    | 12.79  |
| อื่น ๆ                          | 5     | 1.31   |
| รวม                             | 383   | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การแจกแจงตามประเภทการลงทุนอื่นดังแสดงได้ดังตารางที่ 4.47 พบว่าส่วนใหญ่  
เลือกที่จะลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลแทนการฝากเงิน (ร้อยละ 32.90) รองลงไปที่คือเลือกที่จะลงทุน  
ในกองทุนและลงทุนในตราสารหนี้หรือตราสารทุนในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 23.50 และ  
21.15)

เมื่อมีการใช้พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 การฝากเงินอาจจะถือได้ว่าเป็น  
การลงทุน เพราะฉะนั้นผู้ฝากเงินจะต้องพิจารณาและไตร่ตรองอย่างรอบคอบว่าดอกเบี้ยเงินฝากที่  
ได้รับจะคุ้มกับความเสี่ยงจากการไม่ได้รับเงินฝากคืนถ้าสถาบันเงินฝากต้องปิดกิจการ ทั้งนี้ถ้า  
ลูกค้าที่ใช้บริการฝากเงินของธนาคารไม่ชอบความเสี่ยง (Risk Adverse) อาจเปลี่ยนพฤติกรรม  
การออมเงินของตนเองจากการนำเงินฝากไว้ในบัญชีเงินฝากไปเป็นการกระจายเงินฝากที่มีอยู่ไป  
ลงทุนในการลงทุนอื่น ผลการสำรวจในตารางที่ 4.40 พบว่า ลูกค้าเลือกลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล

มากที่สุด ผู้ศึกษาสันนิษฐานว่าอาจมาจากเหตุผลที่พันธบัตรรัฐบาลมีการให้ผลตอบแทนในอัตราอัตราดอกเบี้ยที่คงที่และมีสภาพลักษณะที่มั่นคง ทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้ฝากเงินส่วนใหญ่รับรู้ความรู้สึกที่ว่าตนเองจะได้รับความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการชำระคืนเงินต้นและอัตราดอกเบี้ยน้อย รองลงมาคือการลงทุนในกองทุนรวมหรือตราสารอื่น ๆ ซึ่งผู้ศึกษาคิดว่าเหตุผลน่าจะมาจาก ลูกค้ากลุ่มนี้น่าจะเป็นลูกค้าประเภทที่ชอบความเสี่ยง (Risk lover) เพราะฉะนั้นถ้ายังมีความเสี่ยงมากก็ยิ่งจะมีผลตอบแทนมาก (High risk high return) ผลตอบแทนในรูปอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับพันธบัตรรัฐบาลจึงสามารถดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มนี้เลือกที่จะลงทุนในการลงทุนประเภทนี้แทนการออมเงินในรูปเงินฝาก ในขณะที่การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็มีความแน่นอนค่อนข้างสูงแต่กลับพบว่าไม่ได้รับความสนใจใช้เป็นทางเลือกในการลงทุนแทนการฝากเงินในระดับแรก ทั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยคิดว่าอาจเป็นเพราะการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์นั้นมีความมั่นคงก็จริงแต่กลับมีสภาพคล่องต่ำ

## 1.2 กลุ่มตัวอย่างลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดานิติบุคคล

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มารับบริการด้านบัญชีเงินฝาก

ตารางที่ 4.49

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของลูกค้านิติบุคคลจำแนกตามประเภทของนิติบุคคล รายได้ต่อปี วัตถุประสงค์ของบัญชีและแหล่งที่มาของเงินฝาก

| ตัวแปร                              | จำนวน | ร้อยละของพฤติกรรมการใช้<br>บริการเงินฝากของลูกค้า |
|-------------------------------------|-------|---------------------------------------------------|
| จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด = 20 คน   |       |                                                   |
| <b>ประเภทนิติบุคคล</b>              |       |                                                   |
| บริษัท จำกัด (บจก.)                 | 16    | 80.0                                              |
| บริษัทมหาชน จำกัด (บมจ.)            | 1     | 5.0                                               |
| ห้างหุ้นส่วน จำกัด (หจก.)           | 3     | 15.0                                              |
| <b>รายได้ต่อปี (ล้านบาท)</b>        |       |                                                   |
| น้อยกว่า 10 ล้านบาท                 | 14    | 70.0                                              |
| ตั้งแต่ 10 แต่ไม่ถึง 50 ล้านบาท     | -     | -                                                 |
| ตั้งแต่ 50 แต่ไม่ถึง 800 ล้านบาท    | 5     | 25.0                                              |
| ตั้งแต่ 800 แต่ไม่ถึง 5,000 ล้านบาท | -     | -                                                 |
| ตั้งแต่ 5,000 ล้านบาทขึ้นไป         | 1     | 5.0                                               |
| <b>วัตถุประสงค์ของบัญชี*</b>        |       |                                                   |
| เพื่อทำธุรกิจ                       | 18    | 75.0                                              |
| เพื่อการลงทุน                       | 4     | 16.7                                              |
| อื่น ๆ                              | 2     | 8.3                                               |
| <b>แหล่งที่มาของเงินฝาก*</b>        |       |                                                   |
| เงินได้จากการทำการค้า               | 18    | 78.3                                              |
| เงินตอบแทนจากตราสารกองทุน           | -     | -                                                 |
| ค่าตอบแทนในการให้บริการ             | 5     | 21.7                                              |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

\* สามารถตอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.49 ที่พบว่าลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่เข้ามาใช้บริการเงินฝากของธนาคารในช่วงที่ทำการสำรวจเป็นลูกค้านิติบุคคลในรูปของบริษัท จำกัด (บจก.) เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 16 ราย (ร้อยละ 80.0) รองลงมาคือห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.) จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 15.0) ส่วนบริษัทมหาชน จำกัด (มหาชน) มีเพียง 1 ราย (ร้อยละ 5.0) การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัท (จำกัด) นั้นอาจเป็นไปได้ว่าลูกค้านิติบุคคลส่วนใหญ่เป็นลูกค้าสำคัญของธนาคาร (Signature) ซึ่งทางธนาคารได้จัดให้เจ้าหน้าที่ไปรับบริการถึงบริษัท

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ต่อปี พบว่ามีลูกค้านิติบุคคลที่มีรายได้น้อยกว่า 10 ล้านบาทต่อปีมากที่สุด จำนวน 14 ราย (ร้อยละ 70.0) รองลงมาคือลูกค้าที่มีรายได้ 10 แต่ไม่ถึง 50 ล้านบาทต่อปี จำนวน 5 ราย (ร้อยละ 25.0) ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ต่อปี 50 แต่ไม่ถึง 800 ล้านบาท มีน้อยที่สุด เพียง 1 ราย (ร้อยละ 5.0)

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้บริการบัญชีเงินฝาก พบว่า ลูกค้านิติบุคคลมีใช้บัญชีเงินฝากเพื่อทำธุรกิจมากที่สุด (ร้อยละ 90.00) รองลงมาคือใช้สำหรับการลงทุน (ร้อยละ 20.0) และเพื่อการค้าประกันหรือเพื่อขอสินเชื่อ น้อยที่สุด (ร้อยละ 10.0)

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามแหล่งที่มาของเงินฝากพบว่า ลูกค้านิติบุคคลมีแหล่งที่มาของเงินจากรายได้ที่ได้จากการทำการค้ามากที่สุด (ร้อยละ 90.0) รองลงมาคือรายได้ที่ได้จากค่าตอบแทนในการให้บริการ (ร้อยละ 5.0)

การแจกแจงข้อมูลรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านอื่นของธนาคารที่ถูกค้าสนใจ

ตารางที่ 4.50

แสดงจำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารที่ถูกค้าสนใจ

| บริการของทางธนาคารที่สนใจ | จำนวน | ร้อยละ  |
|---------------------------|-------|---------|
| อินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์     | 13    | 38.24%  |
| บัญชีเงินเดือน            | 9     | 26.47%  |
| สินเชื่อ                  | 7     | 20.59%  |
| ด้านต่างประเทศ            | 5     | 14.71%  |
| อื่น ๆ                    | 0     | 0.00%   |
| รวม                       | 34    | 100.00% |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : สามารถตอบแบบสอบถามได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.50 ที่ พบว่า บริการอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ของธนาคารได้รับความสนใจจากลูกค้าประเภทนิติบุคคลมากที่สุด (ร้อยละ 38.24) รองลงมาคือบริการบัญชีเงินเดือน (ร้อยละ 26.47) สินเชื่อ (ร้อยละ 20.59) ส่วนบริการของธนาคารด้านต่างประเทศได้รับความสนใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 14.71) ผลการศึกษาที่พบว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารที่ถูกค้าให้ความสนใจมากที่สุดคือบริการอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ ข้อสันนิษฐานจากผู้วิจัย คิดว่าน่าจะมาจากการที่ลูกค้าได้ใช้บริการดังกล่าวแล้วรับรู้ได้ว่าถึงความสะดวกสบายและทำให้ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรม ทั้งนี้เป็นที่ทราบกันดีว่านิติบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของกิจการหรือบริษัทต้องตรวจสอบยอดเงินที่ลูกค้าโอนมาให้ก่อนที่จะส่งสินค้าให้กับลูกค้าในขณะเดียวกันก็ต้องโอนเงินให้กับผู้ขายวัตถุดิบหรือเจ้าหนี้ของกิจการหรือบริษัทเช่นเดียวกัน ซึ่งพบว่ามีจำนวนครั้งที่ต้องมาติดต่อที่ธนาคารเป็นจำนวนมากในแต่ละเดือน ในอดีตการตรวจสอบยอดการชำระเงินของลูกค้าหรือการโอนเงินไปยังบัญชีของผู้ขายวัตถุดิบหรือเจ้าหนี้เจ้าของกิจการที่เป็นลูกค้าประเภทนิติบุคคลต้องเดินทางมาทำ

ธุรกรรมทางการเงินดังกล่าวที่ธนาคารด้วยตนเองทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางจำนวนมากและเสียเวลาในการรอใช้บริการเป็นเวลานาน และถึงแม้ว่าเจ้าของบริษัทอาจไม่จำเป็นต้องมาติดต่อกับธนาคารด้วยตนเองโดยอาจจะมอบหมายให้บุคคลอื่นมาดำเนินการแทนก็ตาม ลูกค้าน่าจะเสี่ยงที่จะต้องสูญเสียเงินบุคคลที่ได้รับมอบหมายทำการฉ้อโกง ดังนั้นเมื่อธนาคารมีบริการอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

#### ตารางที่ 4.51

แสดงจำนวนและร้อยละประเภทบริการของธนาคารที่ลูกค้าสนใจ

จำแนกตามประเภทของลูกค้านิติบุคคล

| ประเภทนิติบุคคล         | ประเภทบริการ              |          |                |          |          |          |            |          |        |         | รวม |          |
|-------------------------|---------------------------|----------|----------------|----------|----------|----------|------------|----------|--------|---------|-----|----------|
|                         | อินเทอร์เน็ต/<br>โทรศัพท์ |          | บัญชีเงินเดือน |          | สินเชื่อ |          | ต่างประเทศ |          | อื่น ๆ |         |     |          |
| บริษัทจำกัด(บจก.)       | 13                        | (46.43%) | 7              | (25.00%) | 4        | (14.29%) | 4          | (14.29%) | 0      | (0.00%) | 28  | (100%)   |
| บริษัทมหาชนจำกัด(บมจ.)  | 0                         | (0.00%)  | 0              | (0.00%)  | 1        | (25.00%) | 1          | (25.00%) | 0      | (0.00%) | 2   | (50.00%) |
| ห้างหุ้นส่วนจำกัด(หจก.) | 0                         | (0.00%)  | 2              | (50.00%) | 2        | (50.00%) | 0          | (0.00%)  | 0      | (0.00%) | 4   | (100%)   |
| อื่น ๆ                  | 0                         | (0.00%)  | 0              | (0.00%)  | 0        | (0.00%)  | 0          | (0.00%)  | 0      | (0.00%) | 0   | (0.00%)  |
| รวม                     | 13                        | (38.24%) | 9              | (26.47%) | 7        | (20.59%) | 5          | (14.71%) | 0      | (0.00%) | 34  | (100%)   |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ลูกค้านิติบุคคลประเภทบริษัท จำกัด (บจก.) จำนวน 13 ราย (ร้อยละ 46.43 ของกลุ่มตัวอย่างบริษัท จำกัด) ล้วนแล้วแต่ให้ความสนใจบริการด้านอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ ทั้งสิ้น

ตารางที่ 4.52

แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบริการของธนาคารที่ถูกค้ำสนใจ  
จำแนกตามประเภทรายได้ต่อปี

| รายได้ต่อปี                         | ประเภทบริการ              |                |            |            |           |            |  |        |  |  | รวม |
|-------------------------------------|---------------------------|----------------|------------|------------|-----------|------------|--|--------|--|--|-----|
|                                     | อินเทอร์เน็ต/<br>โทรศัพท์ | บัญชีเงินเดือน |            | สินเชื่อ   |           | ต่างประเทศ |  | อื่น ๆ |  |  |     |
| น้อยกว่า 10 ลบ.                     | 7 (36.84%)                | 7 (36.84%)     | 3 (15.79%) | 2 (10.53%) | 0 (0.00%) | 19 (100%)  |  |        |  |  |     |
| ตั้งแต่ 10 ลบ. แต่ไม่ถึง 50 ลบ.     | 5 (41.67%)                | 2 (16.67%)     | 3 (25.00%) | 2 (16.67%) | 0 (0.00%) | 12 (100%)  |  |        |  |  |     |
| ตั้งแต่ 50 ลบ. แต่ไม่ถึง 800 ลบ.    | 1 (33.33%)                | 0 (0.00%)      | 1 (33.33%) | 1 (33.33%) | 0 (0.00%) | 3 (100%)   |  |        |  |  |     |
| ตั้งแต่ 800 ลบ. แต่ไม่ถึง 5,000 ลบ. | 0 (0.00%)                 | 0 (0.00%)      | 0 (0.00%)  | 0 (0.00%)  | 0 (0.00%) | 0 (0%)     |  |        |  |  |     |
| 5,000 ลบ. ขึ้นไป                    | 0 (0.00%)                 | 0 (0.00%)      | 0 (0.00%)  | 0 (0.00%)  | 0 (0.00%) | 0 (0%)     |  |        |  |  |     |
| รวม                                 | 13 (38.24%)               | 9 (26.47%)     | 7 (20.59%) | 5 (14.71%) | 0 (0.00%) | 34 (100%)  |  |        |  |  |     |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.52 พบว่า บริการที่ถูกค้ำสนใจใหญ่ให้ความสนใจคือบริการอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ สามารถจำแนกตามระดับรายได้ต่อปี ได้ว่า ลูกค้ำที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 10 ล้านบาทต่อปีมากที่สุด จำนวน 7 ราย (ร้อยละ 36.84 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้้น้อยกว่า 10 ล้านบาท) รองลงมาคือลูกค้ำที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 10 ล้านบาทแต่ไม่ถึง 50 ล้านบาท จำนวน 5 ราย (ร้อยละ 41.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 10 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 50 ล้านบาท) ส่วนลูกค้ำที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 50 ล้านบาทแต่ไม่ถึง 80 ล้านบาท มีเพียง 1 ราย (ร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 50 ล้านบาทแต่ไม่ถึง 80 ล้านบาท)

ตารางที่ 4.53

แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเงินฝากตามระดับความพึงพอใจ

| ประเภทบัญชี | ระดับความพึงพอใจ |          |         |          |      |          | รวม |        |
|-------------|------------------|----------|---------|----------|------|----------|-----|--------|
|             | มาก              |          | ปานกลาง |          | น้อย |          |     |        |
| กระแสรายวัน | 14               | (70.00%) | 2       | (10.00%) | 4    | (20.00%) | 20  | (100%) |
| ออมทรัพย์   | 1                | (5.00%)  | 14      | (70.00%) | 5    | (25.00%) | 20  | (100%) |
| ประจำ       | 5                | (25.00%) | 4       | (20.00%) | 11   | (55.00%) | 20  | (100%) |
| รวม         | 20               | (33.33%) | 20      | (33.33%) | 20   | (33.33%) | 60  | (100%) |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ลูกค้าประเภทนิติบุคคลมีความพึงพอใจกับบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวันมากที่สุดเป็นจำนวน 14 ราย (ร้อยละ 70.00) รองลงมาคือบัญชีเงินฝากประจำ จำนวน 5 ราย (ร้อยละ 25.00) ส่วนบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ได้รับความพอใจน้อยที่สุด เพียง 1 ราย (ร้อยละ 5.00)

ธนาคารเปิดให้บริการบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวันเพื่อตอบสนองการใช้งานของลูกค้าประเภทนิติบุคคลโดยตรง ซึ่งก็ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี สังเกตได้จากผลสำรวจที่พบว่าลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่มีความพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวันมากที่สุด โดยประโยชน์ที่ลูกค้านิติบุคคลได้รับจากการบริการของบัญชีเงินฝากประเภทดังกล่าว คือ ลูกค้าสามารถจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานและชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับทำธุรกิจผ่านบัญชีประเภทนี้ได้โดยตรงจากการสั่งจ่ายเป็นเช็คเงินสด ทำให้เกิดความสะดวก และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเวลาที่รอรับบริการจากทางธนาคารของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 4.54

แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามประเภทนิติบุคคล

| ประเภทนิติบุคคล         | ระดับความพึงพอใจ |           |           |         |       |          | รวม |         |
|-------------------------|------------------|-----------|-----------|---------|-------|----------|-----|---------|
|                         | กระแสรายวัน      |           | ออมทรัพย์ |         | ประจำ |          |     |         |
| บริษัทจำกัด(บจก.)       | 11               | (68.75%)  | 1         | (6.25%) | 4     | (25.00%) | 16  | (100%)  |
| บริษัทมหาชนจำกัด(บมจ.)  | 1                | (100.00%) | 0         | (0.00%) | 0     | (0.00%)  | 1   | (100%)  |
| ห้างหุ้นส่วนจำกัด(หจก.) | 2                | (66.67%)  | 0         | (0.00%) | 1     | (33.33%) | 3   | (100%)  |
| อื่น ๆ                  | 0                | (0.00%)   | 0         | (0.00%) | 0     | (0.00%)  | 0   | (0.00%) |
| รวม                     | 14               | (70.00%)  | 1         | (5.00%) | 5     | (25.00%) | 20  | (100%)  |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ลูกค้าประเภทนิติบุคคลมีความพึงพอใจกับบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวันมากที่สุด แบ่งเป็นลูกค้านิติบุคคลประเภทบริษัท จำกัด (บจก.) มากที่สุด จำนวน 11 ราย (ร้อยละ 68.75 ของกลุ่มตัวอย่างบริษัทจำกัด) รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด (หจก.) จำนวน 2 ราย (ร้อยละ 66.67 ของกลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วน จำกัด) ส่วนลูกค้าประเภทบริษัทมหาชน จำกัด (บมจ.) น้อยที่สุด จำนวน 1 ราย (เท่ากับจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างบริษัทมหาชน จำกัด)

ตารางที่ 4.55

แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับประเภทบัญชีเงินฝากตามระดับความพึงพอใจมากที่สุด  
จำแนกตามรายได้ต่อปี

| รายได้ต่อปี                         | ประเภทเงินฝาก |           |           |         |       |          | รวม |         |
|-------------------------------------|---------------|-----------|-----------|---------|-------|----------|-----|---------|
|                                     | กระแสรายวัน   |           | ออมทรัพย์ |         | ประจำ |          |     |         |
| น้อยกว่า 10 ลบ.                     | 9             | (64.29%)  | 1         | (7.14%) | 4     | (28.57%) | 14  | (100%)  |
| ตั้งแต่ 10 ลบ. แต่ไม่ถึง 50 ลบ.     | 4             | (80.00%)  | 0         | (0.00%) | 1     | (20.00%) | 5   | (100%)  |
| ตั้งแต่ 50 ลบ. แต่ไม่ถึง 800 ลบ.    | 1             | (100.00%) | 0         | (0.00%) | 0     | (0.00%)  | 1   | (100%)  |
| ตั้งแต่ 800 ลบ. แต่ไม่ถึง 5,000 ลบ. | 0             | (0.00%)   | 0         | (0.00%) | 0     | (0.00%)  | 0   | (0.00%) |
| 5,000 ลบ. ขึ้นไป                    | 0             | (0.00%)   | 0         | (0.00%) | 0     | (0.00%)  | 0   | (0.00%) |
| รวม                                 | 14            | (70.00%)  | 1         | (5.00%) | 5     | (25.00%) | 20  | (100%)  |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ลูกค้ำประเภทนิติบุคคลมีความพึงพอใจกับบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวันมากที่สุด แบ่งเป็นลูกค้ำที่มีรายได้น้อยกว่า 10 ล้านบาทมากที่สุด จำนวน 9 ราย (ร้อยละ 64.29 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 10 ล้านบาท) รองลงมาคือลูกค้ำที่มีรายได้ตั้งแต่ 10 ล้านบาทแต่ไม่ถึง 50 ล้านบาท จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 80.00 ของกลุ่มตัวอย่างรายได้ตั้งแต่ 10 ล้านบาทแต่ไม่ถึง 50 ล้านบาท) ส่วนลูกค้ำที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 50 ล้านบาทแต่ไม่ถึง 800 ล้านบาทมีน้อยที่สุด จำนวนรายเดียว (เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากของธนาคารใน ด้านการบริการ  
ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดความหมาย  
ของสัญลักษณ์ที่ใช้ดังนี้

- X แทน ค่าเฉลี่ย  
S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $H_0$  แทน สมมติฐานหลัก  
 $H_1$  แทน สมมติฐานรอง

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝาก ในด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 4.56  
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมิน  
ระดับความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ประเด็นความพึงพอใจ    | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|-----------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ด้านพนักงาน        | 4.32      | 0.62 | มากที่สุด        |
| 2. ด้านบริการ         | 4.18      | 0.77 | มาก              |
| 3. ด้านสถานที่        | 4.13      | 0.75 | มาก              |
| 4.ด้านความน่าเชื่อถือ | 4.45      | 0.62 | มากที่สุด        |
| รวม                   | 4.27      | 0.69 | มากที่สุด        |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

การแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามปัจจัยทางการตลาดที่มี  
ความสำคัญต่อการใช้บริการเงินฝากดังแสดงในตารางที่ 4.56 พบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ

ของธนาคารและพนักงานเป็นปัจจัยทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าประเภทนิติบุคคลมากที่สุด ปัจจัยด้านการบริการและสถานที่เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.69 หมายความว่าคะแนนระดับความพึงพอใจมีการกระจายตัวไม่มากนัก ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารมีค่าเฉลี่ย

—  
( X ) ของคะแนนระดับความพึงพอใจสูงที่สุดเท่ากับ 4.45 รองลงมาคือปัจจัยด้านพนักงานและ  
—  
ด้านบริการ ที่มีค่าเฉลี่ย ( X ) ของคะแนนรวมของระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.32 และ 4.18 ส่วน  
—  
ด้านสถานที่ของธนาคารมีค่าเฉลี่ย ( X ) ของคะแนนระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.13

ผลการสำรวจลำดับความพึงพอใจของลูกค้าประเภทนิติบุคคลเป็นรายด้าน พบว่ามีลำดับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ คล้ายคลึงกับลำดับความพึงพอใจของลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา

ตารางที่ 4.57

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
ของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ประเด็นความพึงพอใจ<br>(ด้านพนักงาน)                                    | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1.พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย                                         | 4.55      | 0.51 | มากที่สุด        |
| 2.พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน                                            | 4.20      | 0.70 | มาก              |
| 3.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเองกับลูกค้า                          | 4.30      | 0.66 | มากที่สุด        |
| 4.พนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า        | 4.40      | 0.68 | มากที่สุด        |
| 5.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ                              | 4.25      | 0.64 | มากที่สุด        |
| 6.พนักงานมีความรอบรู้ในเรื่องการบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นอย่างดี | 4.20      | 0.52 | มาก              |
| รวมด้านพนักงาน                                                         | 4.32      | 0.62 | มากที่สุด        |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าประเภทนิติบุคคลในระดับมากที่สุดคล้ายกับกลุ่มลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.62 แสดงว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดในด้านพนักงานเรื่องต่าง ๆ มีการกระจายน้อย นั่นคือลูกค้าประเภทนิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านพนักงานในแต่ละเรื่องใกล้เคียงกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.57)

การพิจารณาปัจจัยปัจจัยด้านพนักงานเป็นรายชื่อ พบว่าปัจจัยด้านพนักงานที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้านิติบุคคลในระดับมากที่สุดคือพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย, มี

ความตั้งใจในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า, ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง และมี  
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55, 4.40, 4.30 และ 4.25) ความสุภาพ  
อ่อนโยนและความรอบรู้ในเรื่องการบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นปัจจัยที่สร้างความพึง  
พอใจให้กับลูกค้าในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน)

#### ตารางที่ 4.58

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบริการ  
ของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ประเด็นความพึงพอใจ<br>(ด้านบริการ)                        | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|-----------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. มีการให้บริการที่รวดเร็ว                               | 4.35      | 0.81 | มากที่สุด        |
| 2. การให้บริการมีความถูกต้องครบถ้วน                       | 4.25      | 0.64 | มากที่สุด        |
| 3. มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าอย่าง<br>เพียงพอ    | 4.15      | 0.67 | มาก              |
| 4. มีขั้นตอนการบริการแก่ลูกค้าที่ไม่ซับซ้อนและ<br>ยุ่งยาก | 4.20      | 0.52 | มาก              |
| 5. มีการให้บริการกับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน          | 4.00      | 1.03 | มาก              |
| 6. มีเครื่องอัตโนมัติต่าง ๆ และมีการบริการที่<br>ทันสมัย  | 4.15      | 0.93 | มาก              |
| รวมด้านบริการ                                             | 4.18      | 0.77 | มาก              |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการบริการสร้าง  
ความพึงพอใจในระดับมากให้กับลูกค้าประเภทนิติบุคคลแตกต่างจากลูกค้าบุคคลธรรมดาที่เห็น  
ว่าปัจจัยด้านบริการของธนาคารสร้างความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.77 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตด้านบริการ นั้นคือส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจกับบัณฑิตต่าง ๆ ด้านสถานที่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.58)

การพิจารณบัณฑิตด้านบริการในแต่ละบัณฑิต พบว่าบัณฑิตด้านบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระดับมากที่สุดมีเพียง 2 บัณฑิต คือการให้บริการที่รวดเร็วและมีความถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และ 4.25) ขั้นตอนการบริการที่ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก, มีจำนวนพนักงานเพียงพอ, มีเครื่องมืออัตโนมัติและทันสมัย และให้บริการกับลูกค้าในทุกระดับอย่างเท่าเทียมกันเป็นบัณฑิตด้านการบริการที่ส่วนใหญ่ลูกค้านิติบุคคลคิดว่ามีสร้างความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20, 4.15, 4.15 และ 4.00)

ตารางที่ 4.59

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านสถานที่  
ของลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝาก

| ประเด็นความพึงพอใจ<br>(ด้านสถานที่)                 | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|-----------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวก              | 4.50      | 0.61 | มากที่สุด        |
| 2. สถานที่เป็นระเบียบเรียบร้อย                      | 4.10      | 0.64 | มาก              |
| 3. สถานที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ                  | 4.05      | 0.89 | มาก              |
| 4. มีที่นั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ                 | 4.35      | 0.75 | มากที่สุด        |
| 5. มีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลความปลอดภัย      | 3.80      | 0.77 | มาก              |
| 6. มีการจัดระบบแผนผังของหน่วยบริการต่าง ๆ<br>ชัดเจน | 4.00      | 0.86 | มาก              |
| รวมด้านสถานที่                                      | 4.13      | 0.75 | มาก              |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการสร้างความพึงพอใจในระดับมากให้กับลูกค้าประเภทนิติบุคคลคล้ายกับกลุ่มลูกค้าบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.75 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ นั่นคือส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยต่าง ๆ ด้านสถานที่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.59)

การพิจารณาปัจจัยด้านบริการในแต่ละปัจจัย พบว่าปัจจัยด้านสถานที่สำหรับให้บริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระดับมากที่สุดมีเพียง 2 ปัจจัย คือทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและมีที่นั่งไว้สำหรับให้ลูกค้านั่งรอรับบริการที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ 4.35) สถานที่ให้บริการที่เป็นระเบียบ มีระบบแผนผังของหน่วยบริการด้านต่าง ๆ ที่ชัดเจน มีสถานที่จอดรถกว้างขวางและมีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลเป็นปัจจัยด้านสถานที่ที่ส่วนใหญ่ลูกค้านิติบุคคลคิดสร้างความพึงพอใจให้กับการใช้บริการเงินฝากในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.05, 4.00 และ 3.80)

ตารางที่ 4.60

แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากในด้านความน่าเชื่อถือ

| ประเด็นความพึงพอใจ<br>(ด้านความน่าเชื่อถือ)            | —<br>X | S.D. | ระดับความพึง<br>พอใจ |
|--------------------------------------------------------|--------|------|----------------------|
| 1. ธนาคารมีฐานะการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ๆ  | 4.70   | 0.47 | มากที่สุด            |
| 2. ธนาคารมีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียง                      | 4.60   | 0.50 | มากที่สุด            |
| 3. ภาพลักษณ์และแนวทางการบริหารของผู้บริหาร<br>ระดับสูง | 4.30   | 0.73 | มากที่สุด            |
| 4. มีความคุ้นเคยกับการใช้บริการกับธนาคารมานาน          | 4.20   | 0.77 | มาก                  |
| รวมด้านความน่าเชื่อถือ                                 | 4.45   | 0.62 | มากที่สุด            |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ลูกค้าส่วนใหญ่มีมุมมองเกี่ยวกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารว่าสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับการใช้บริการเงินฝากในระดับมากที่สุดคล้ายกับกลุ่มลูกค้าบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.62 แสดงว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อความน่าเชื่อถือของธนาคารอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.58)

การพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในแต่ละปัจจัย พบว่าการที่ธนาคารมีฐานทางการเงินที่มั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ขนาดของธนาคารที่ใหญ่และมีชื่อเสียง อีกทั้งภาพลักษณ์และแนวทางการบริหารของผู้บริหารระดับสูงเป็นปัจจัยที่ส่วนใหญ่ลูกค้านิติบุคคลคิดว่าสามารถสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการให้กับลูกค้าในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.70, 4.60 และ 4.30) มีเพียงความคุ้นเคยกับการใช้บริการกับธนาคารมานานด้านเดียวเท่านั้นที่ลูกค้าส่วนใหญ่คิดสร้างความพึงพอใจให้ได้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20)

ส่วนที่ 3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนที่จะถูกยกเลิกไปอันเป็นผลมาจากการใช้บังคับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากกับพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้ากับธนาคารพาณิชย์

#### 1. แจกแจงตามการรับรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

ตารางที่ 4.61

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ทราบเกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

| ความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบัน<br>คุ้มครองเงินฝาก 2551 | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------|-------|--------|
| ทราบ                                                  | 18    | 90.00  |
| ไม่ทราบ                                               | 2     | 10.00  |
| รวม                                                   | 20    | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ผลสำรวจการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ของลูกค้าเงินฝากประเภทนิติบุคคลดังแสดงในตารางที่ 4.61 พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ารับทราบข้อมูลเกี่ยวกับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 มากกว่าไม่ทราบ จำนวนลูกค้าที่ทราบเกี่ยวกับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 เท่ากับ 18 ราย (ร้อยละ 90.00) ลูกค้าที่ไม่ทราบมีจำนวนเพียง 2 ราย (ร้อยละ 10.00)

ธนาคารได้จัดทำคู่มือทางเลือกการลงทุนเมื่อพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากมีผลบังคับใช้และแจกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารเพื่อชี้แจงรายละเอียดและเสนอทางเลือกในการลงทุนให้ทำให้ลูกค้ารับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการประกันเงินฝากไปด้วย

## 2. แจกแจงตามการตัดสินใจฝากเงินหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

ตารางที่ 4.62

แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าต่อการตัดสินใจฝากเงินหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551

| ผลของ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------|-------|--------|
| มีผลต่อการตัดสินใจ                     | 10    | 50.00  |
| ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ                  | 10    | 50.00  |
| รวม                                    | 20    | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ผลการสำรวจการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ของลูกค้าเงินฝากประเภทบุคคลธรรมดาแสดงในตารางที่ 4.62 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน จำนวนลูกค้าที่คิดว่าพ.ร.บ.

สถาบันคุ้มครองเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินมีจำนวนเท่ากับลูกค้าที่คิดว่าพ.ร.บ.ไม่มีผลกับการตัดสินใจคือ 10 ราย (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)

คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามที่ใช้ถามเกี่ยวกับพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ที่รัฐบาลได้มีการประกาศบังคับใช้ไปแล้วนั้น มีผลต่อการตัดสินใจนำเงินมาฝากไว้ที่ธนาคารหรือไม่ ลูกค้าจำนวนครึ่งหนึ่งมีความคิดว่าตนเองได้รับผลกระทบจากพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 การที่ข้อกำหนดในพ.ร.บ.ระบุให้ผู้ฝากเงินได้รับวงเงินคุ้มครองเงินฝากจากในปีแรก ๆ ได้เท่ากับจำนวนเงินฝากที่มีแล้วค่อยทยอยลดลงจนกระทั่งเหลือเพียง 1 ล้านบาทต่อคนต่อสถาบัน นั้นส่งผลด้านลบกับเงินฝาก เพราะมียอดเงินฝากสูงกว่า 1 ล้านบาท ถ้าธนาคารถูกสั่งปิดกิจการจึงเกรงว่าเงินฝากที่มีอยู่จำนวนมากจะลดลงเหลือเท่ากับวงเงินคุ้มครองที่เมื่อเทียบกันแล้วพบว่า มีจำนวนน้อยกว่าเงินฝากที่มีอยู่มากนัก

ลูกค้าที่เหลือ คิดว่า พ.ร.บ. ไม่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงิน เพราะช่วงที่ทำการสำรวจพ.ร.บ. เพิ่งจะเริ่มมีผลบังคับใช้มาได้ไม่เกิน 1 ปี ถึงแม้ว่าธนาคารจะถูกปิดกิจการในช่วงนี้ ก็ยังคงได้รับวงเงินคุ้มครองเท่ากับจำนวนเงินฝากที่ตนเองมีตามข้อกำหนดของพ.ร.บ. และถึงแม้ว่าระยะเวลาต่อจากนี้ไปวงเงินคุ้มครองจะค่อย ๆ ลดลง ลูกค้าต่างก็มีความเชื่อว่าโอกาสที่ธนาคารจะบริหารงานผิดพลาดจนต้องปิดกิจการลงคงเป็นไปได้ยากและถึงธนาคารจะต้องปิดการดำเนินงานจริงลูกค้ากลุ่มนี้ก็ยังคงเชื่อว่าธนาคารคงจะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลจนไม่ต้องปิดกิจการ

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** วงเงินค้ำประกันเงินฝากที่ลดลงจากผลของการประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 มีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้า สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน หลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน หลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตัวแปรผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 และพฤติกรรมการฝากเงินมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงได้ดังตารางที่ 4.63

ตารางที่ 4.63

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 กับพฤติกรรมการฝากเงิน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 2.222 | 0.136 |
| No of Valid Cases  | 20    |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

การพิจารณาเปรียบเทียบผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 กับการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้า โดยใช้สถิติ Chi-Square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.136 ซึ่งมากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ประเภทของนิติบุคคลที่แตกต่างกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประเภทของนิติบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ประเภทของนิติบุคคลที่ไม่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.64

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของนิติบุคคลที่แตกต่าง  
กันกับพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้าประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 5.000 | 0.082 |
| No of Valid Cases  | 20    |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

การพิจารณาเปรียบเทียบประเภทนิติบุคคลที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการตัดสินใจ  
ฝากเงินของลูกค้าหลังจากการประกาศยกเลิกการค้าประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน พบว่ามีค่า  
ความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95)  
เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าประเภทของนิติบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อ  
พฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้าประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** ระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการฝากเงิน  
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิก  
การค้าประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

$H_1$ : ระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการ  
ค้าประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

ตารางที่ 4.65

แสดงผลการทดสอบ Chi-Square test หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ต่อปีที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

|                    | Value | p     |
|--------------------|-------|-------|
| Pearson Chi-Square | 8.571 | 0.014 |
| No of Valid Cases  | 20    |       |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตัวแปรระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนมีระดับการวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จึงได้ทำการทดสอบด้วยการใช้ Chi-square test พบว่ามีค่าความน่าจะเป็น Probability (p) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) เป็นผลทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  สรุปได้ว่าประเภทของนิติบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินหลังจากประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานผลของการประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 กับปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของนิติบุคคลและระดับรายได้ต่อปี

- วงเงินค้ำประกันเงินฝากที่ลดลงอันเป็นผลจากการประกาศใช้พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้ำประเภทนิติบุคคล
- ประเภทนิติบุคคลที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน
- ระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกันในแต่ละนิติบุคคลไม่มีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงินเมื่อมีการประกาศยกเลิกการค้ำประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวน

4. แจกแจงตามการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้าที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผลต่อพฤติกรรม  
การฝากเงิน

ตารางที่ 4.66

แสดงจำนวนและร้อยละของทางเลือกสำหรับลูกค้าหลังจากรัฐบาล  
ประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 แล้วมีผลต่อการตัดสินใจ

| ทางเลือกในการตัดสินใจ                          | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------|-------|--------|
| ย้ายไปฝากธนาคารของรัฐ                          | 8     | 42.11  |
| กระจายหลายชื่อหรือกระจายให้คนอื่น ๆ ในครอบครัว | 0     | 0.00   |
| กระจายเงินฝากไปในสถาบันการเงินหลายแห่ง         | 3     | 15.79  |
| เลือกฝากเงินกับสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง    | 8     | 42.11  |
| ถอนเงินฝากไปลงทุนประเภทอื่น                    | 0     | 0.00   |
| อื่น ๆ                                         | 0     | 0.00   |
| รวม                                            | 19    | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ผลการสำรวจการแจกแจงแนวทางการฝากเงินของลูกค้าที่เห็นว่าผลของพ.ร.บ.  
สถาบันคุ้มครองเงินฝากที่ทำให้วงเงินค้ำประกันลดจำนวนลงส่งผลกับพฤติกรรมการฝากเงินของ  
ตนเองดังแสดงในตารางที่ 4.64 พบว่าส่วนใหญ่ของเลือกที่จะฝากเงินกับสถาบันการเงินที่มีความ  
มั่นคง ในสัดส่วนที่เท่ากันกับเลือกที่จะย้ายเงินฝากที่มีอยู่กับธนาคารประเภทอื่นไปฝากไว้กับ  
ธนาคารของรัฐ (ร้อยละ 42.11) ที่เหลือตัดสินใจที่จะกระจายเงินฝากไปฝากยังสถาบันการเงิน  
หลาย ๆ แห่ง (ร้อยละ 15.79)

5. แจกแจงตามพฤติกรรมการกระจายเงินฝากของลูกค้าที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผล  
ต่อพฤติกรรมการฝากเงิน

ตารางที่ 4.67

แสดงจำนวนและร้อยละของการกระจายเงินฝากของหลังจากรัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบัน  
คุ้มครองเงินฝาก 2551 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คิดว่าจะได้รับผลกระทบ

| การกระจายเงินฝาก              | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| กระจายแหล่งละ 1 ล้านบาท       | 3     | 30.00  |
| กระจายไปธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ | 6     | 60.00  |
| อื่น ๆ                        | 1     | 10.00  |
| รวม                           | 10    | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ผลการสำรวจการแจกแจงแนวทางการกระจายเงินฝากของหลังจากรัฐบาล  
ประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้านิติบุคคลดังแสดงใน  
ตารางที่ 4.65 พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเลือกที่จะกระจายเงินฝากไปฝากไว้กับธนาคารพาณิชย์ขนาด  
ใหญ่ (ร้อยละ 60) รองลงมาคือนำเงินกระจายฝากไว้กับธนาคารหรือสถาบันการเงินแห่งละไม่  
เกิน 1 ล้านบาท (ร้อยละ 30)

6. แจกแจงตามปัจจัยด้านความมั่นคงของสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมฝากเงิน  
ของลูกค้ำที่เห็นว่าวงเงินค้ำประกันที่ลดลงมีผลต่อพฤติกรรมการฝากเงิน

ตารางที่ 4.68

แสดงจำนวนและร้อยละของเกณฑ์ที่ลูกค้ำเลือกใช้สำหรับพิจารณาความมั่นคงของสถาบันการเงิน

| ความมั่นคงของสถาบันการเงิน      | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| งบการเงินของสถาบันการเงิน       | 5     | 50.00  |
| ปริมาณสินทรัพย์ของสถาบันการเงิน | 3     | 30.00  |
| อื่น ๆ                          | 2     | 20.00  |
| รวม                             | 10    | 100.00 |

ที่มา : การคำนวณจากแบบสอบถาม

ผลการสำรวจการแจกแจงเกณฑ์การพิจารณาความมั่นคงของสถาบันการเงินดัง  
แสดงในตารางที่ 4.66 พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ำพิจารณาความมั่นคงของสถาบันจากงบการเงินของ  
สถาบันการเงินนั้น ๆ (ร้อยละ 50) รองลงไปคือพิจารณาจากปริมาณสินทรัพย์ของสถาบันการเงิน  
(ร้อยละ 30)

## 7. แจกแจงตามประเภทของการลงทุนอื่น ๆ

ตารางที่ 4.69

แสดงจำนวนและร้อยละของทางเลือกในการลงทุนแทนการฝากเงินหลังจากรัฐบาลประกาศใช้  
พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ของลูกค้าที่คิดว่าจะได้รับผลกระทบ

| การลงทุนประเภทอื่นแทนการฝากเงิน | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| พันธบัตรรัฐบาล                  | 10    | 62.50  |
| ตราสารหนี้ ตราสารทุน            | 0     | 0.00   |
| กองทุนรวม                       | 5     | 31.25  |
| หุ้นในตลาดหลักทรัพย์            | 1     | 6.25   |
| อสังหาริมทรัพย์                 | 0     | 0.00   |
| อื่น ๆ                          | 0     | 0.00   |
| รวม                             | 16    | 100.00 |

ที่มา : จากการคำนวณ

ผลการสำรวจการแจกแจงทางเลือกการลงทุนแบบอื่นแทนการฝากเงินดังแสดงใน  
ตารางที่ 4.67 พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเลือกที่จะลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลมากที่สุด (ร้อยละ 62.50)  
รองลงไปคือเลือกลงทุนในกองทุนรวม (ร้อยละ 31.25)