

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ตลอดจนศึกษาปัญหา และอุปสรรค ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การรวบรวมข้อมูล ได้มาจากการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยจะจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภคของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง

#### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง และผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimate : MLE) และ เทคนิคการวิเคราะห์โดย Marginal Effects

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่าง ที่มีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด นำเสนอในตารางที่ 4.1 – 4.22 ดังนี้

##### 4.1.1 เพศ

ผลการศึกษา ข้อมูลสถานภาพด้านเพศ ของกลุ่มตัวอย่างผู้มีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย จำนวน 500 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือ เป็นเพศหญิงจำนวน 298 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.6 และเป็นเพศชายจำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.4 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเช่าซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 เพศชายจำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.04 เป็นเพศชาย จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.04 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าย่อยกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	126	46.67	76	33.04	202	40.4
หญิง	144	53.33	154	66.96	298	59.6
รวม	270	100	230	100	500	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

##### 4.1.2 อายุ

ผลการศึกษา ข้อมูลสถานภาพด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวนมากที่สุดจำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่างอายุ 20 - 30 ปี มีจำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.6 ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.6 และช่วงอายุ 51 - 60 ปี มีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเช่าซื้อสินค้า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีจำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่างอายุ 20 - 30 ปี มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.11 ช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.22 และช่วงอายุของผู้ใช้บริการเช่าซื้อที่น้อยที่สุด คือ ช่วงอายุ 51 - 60 ปี มีจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.78 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อเลย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.35 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่างอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.74 ช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.22 และช่วงอายุ 51 - 60 ปี มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.69 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อายุ 20 - 30 ปี	84	31.11	79	34.35	163	32.6
อายุ 31 - 40 ปี	105	38.89	73	31.74	178	35.6
อายุ 41 - 50 ปี	60	22.22	58	25.22	118	23.6
อายุ 51 - 60 ปี	21	7.78	20	8.69	41	8.2
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.3 สถานภาพการสมรส

ผลการศึกษา ข้อมูลด้านสถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว โดยมีจำนวน 258 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา คือ มีสถานภาพโสดมีจำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.4 มีสถานภาพหย่าร้างจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และเป็นหม้ายมีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.22 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.37 และมีสถานภาพหม้าย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.08 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าเลย ส่วนใหญ่มี

สถานภาพสมรส จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.57 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.96 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.56 และมีสถานภาพหม้าย จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.91 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	87	32.22	85	36.96	172	34.4
สมรส	144	53.33	114	49.57	258	51.6
หย่าร้าง	28	10.37	22	9.56	50	10.0
หม้าย	11	4.08	9	3.91	20	4.0
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.4 การศึกษา

ผลการศึกษา ข้อมูลด้านระดับการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 294 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.93 รองลงมาคือต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.11 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.96 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.17 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.83 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	84	31.11	64	27.83	148	29.6
ปริญญาตรี	151	55.93	143	62.17	294	58.8
สูงกว่าปริญญาตรี	35	12.96	23	10.0	58	11.6
รวม	270	100	230	100	500	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.5 อาชีพ

ผลการศึกษา ข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ โดยมีจำนวน 336 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 อาชีพอื่น ๆ เช่น ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ มีจำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.2 พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8 และทำธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ มีจำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.52 รองลงมาคือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.26 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.48 และทำงานบริษัทเอกชน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.74 และ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ มีจำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.65 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.96 ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.22 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.30 และทำงานบริษัทเอกชน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.87 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามข้อมูลด้านอาชีพ

อาชีพ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รับราชการ	185	68.52	151	65.65	336	67.2
รัฐวิสาหกิจ	52	19.26	39	16.96	91	18.2
บริษัทเอกชน	2	0.74	2	0.87	4	0.8
ธุรกิจส่วนตัว	0	0	3	1.30	3	0.6
อื่น ๆ	31	11.48	35	15.22	66	13.2
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.6 รายได้ต่อเดือน

ผลการศึกษา รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 232 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.6 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.6 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท โดยมีจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.07 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.41 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.52 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.13 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท โดยมีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.65 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.13 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามข้อมูลตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	20.0	59	25.65	113	22.6
10,001-20,000 บาท	119	44.07	113	49.13	232	46.4
20,001-30,000 บาท	74	27.41	44	19.13	118	23.6
มากกว่า 30,000 บาท	23	8.52	14	6.09	37	7.4
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.7 รายได้คงเหลือต่อเดือน

ผลการศึกษา รายได้คงเหลือต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้คงเหลือน้อยกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาคือรายได้คงเหลือต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.4 รายได้คงเหลือต่อเดือนไม่เหลือเลย มีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.6 และรายได้คงเหลือต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีรายได้คงเหลือต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท โดยมีจำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือรายได้คงเหลือต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.41 ไม่มีรายได้คงเหลือต่อเดือนเลย มีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.18 และรายได้คงเหลือต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.14 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ส่วนใหญ่มีรายได้คงเหลือต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท โดยมีจำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.57 รองลงมาคือรายได้คงเหลือต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 มีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.74 รายได้คงเหลือต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.78 และไม่มีรายได้คงเหลือต่อเดือนเลย มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.91 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามรายได้คงเหลือต่อเดือน

รายได้คงเหลือต่อเดือน	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เหลือ	41	15.18	32	13.91	73	14.6
น้อยกว่า 5,000 บาท	126	46.67	91	39.57	217	43.4
5,000 – 10,000 บาท	74	27.41	73	31.74	147	29.4
มากกว่า 10,000 บาท	29	10.74	34	14.78	63	12.6
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.8 จำนวนบุคคลที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษา จำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 3-4 คน โดยมีจำนวน 222 ราย คิดเป็น ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 0-2 คน มีจำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.4 บุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 5-6 คน มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 และบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 0-2 คน โดยมีจำนวน 127 ราย คิดเป็น ร้อยละ 47.04 รองลงมาคือบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 3-4 คน มีจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.74 และบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 5-6 คน มีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 3-4 คน โดยมีจำนวน 112 ราย คิดเป็น ร้อยละ 48.69 รองลงมาคือบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 0-2 คน มีจำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.61 บุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย จำนวน 5-6 คน มีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.83 และบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.87 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)



ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามจำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วย

จำนวนบุคคลที่ อาศัยอยู่ด้วย	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำนวน 0 - 2 คน	127	47.04	75	32.61	202	40.4
จำนวน 3 - 4 คน	110	40.74	112	48.69	222	44.4
จำนวน 5 - 6 คน	33	12.22	41	17.83	74	14.8
ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป	0	0	2	0.87	2	0.4
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.9 สภาพที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษา สภาพที่อยู่อาศัยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้าน โดยมีจำนวน 248 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคืออาศัยอยู่กับบิดามารดา มีจำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.4 อาศัยอยู่บ้านพักสวัสดิการ มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 อาศัยอยู่กับญาติ มีจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.2 และอาศัยอยู่บ้านเช่า มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้าน โดยมีจำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคืออาศัยอยู่กับบิดามารดา มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.48 อาศัยอยู่บ้านพักสวัสดิการ มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 พักอาศัยอยู่กับญาติและพักอยู่บ้านเช่ามีจำนวนเท่ากันคือ 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.93 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้าน โดยมีจำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.22 รองลงมาคืออาศัยอยู่กับบิดามารดา มีจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.35 อาศัยอยู่บ้านพักสวัสดิการ มีจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.83 อาศัยอยู่กับญาติ มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.52 และอาศัยอยู่บ้านเช่า มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามสภาพที่อยู่อาศัย

สภาพที่อยู่อาศัย	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เจ้าของบ้าน	144	53.33	104	45.22	248	49.6
บ้านบิดามารดา	58	21.48	79	34.35	137	27.4
บ้านพักสวัสดิการ	36	13.33	18	7.83	54	10.8
บ้านญาติ	16	5.93	15	6.52	31	6.2
บ้านเช่า	16	5.93	14	6.08	30	6.0
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.10 จำนวนบุตร

ผลการศึกษา จำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดูของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู โดยมีจำนวน 243 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู จำนวน 1-3 คน มีจำนวน 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8 จำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู จำนวน 3-4 คน มีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 และจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดูตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่ไม่มีจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู โดยมีจำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.89 รองลงมาคือจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู จำนวน 1-3 คน มีจำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.59 และจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู จำนวน 3-4 คน มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.52 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่มีจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู โดยมีจำนวน 1-3 คน มีจำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.57 ไม่มีจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 48.26 จำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดู จำนวน 3-4 คน มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.74 และจำนวนบุตรที่มีภาระเลี้ยงดูตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.43 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามจำนวนบุตรที่มีภาวะเลี้ยงดู

จำนวนบุตรที่มี ภาวะเลี้ยงดู	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มี	132	48.89	111	48.26	243	48.6
จำนวน 1 – 3 คน	115	42.59	114	49.57	229	45.8
จำนวน 3 – 4 คน	23	8.52	4	1.74	27	5.4
จำนวน 5 คนขึ้นไป	0	0	1	0.43	1	0.2
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.11 ภาระหนี้สินอื่น ๆ

ผลการศึกษา ด้านภาระหนี้สินอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้บริการกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัย โดยมีจำนวน 206 ราย คิดเป็น ร้อยละ 41.2 รองลงมาคือเงินกู้รถยนต์ โดยมีจำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.8 ไม่มีภาระหนี้สินอื่น โดยมีจำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.2 และบริษัทเงินกู้อื่น ๆ โดยมีจำนวน 14 ราย คิดเป็น ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อ ส่วนใหญ่มีการใช้บริการกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัย โดยมีจำนวน 126 ราย คิดเป็น ร้อยละ 46.67 รองลงมาคือเงินกู้รถยนต์ โดยมีจำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.59 และไม่มีภาระหนี้สินอื่น โดยมีจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.74 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อ ส่วนใหญ่มีการใช้บริการกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัย โดยมีจำนวน 80 ราย คิดเป็น ร้อยละ 34.78 รองลงมาคือเงินกู้รถยนต์ โดยมีจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.04 ไม่มีภาระหนี้สินอื่น โดยมีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.09 และบริษัทเงินกู้อื่น ๆ โดยมีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามภาระหนี้สินอื่นๆ

ภาระหนี้สิน	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มี	56	20.74	60	26.09	116	23.2
เงินกู้ที่อยู่อาศัย	126	46.67	80	34.78	206	41.2
เงินกู้อื่นๆ	88	32.59	76	33.04	164	32.8
เงินกู้อื่นๆ	0	0	14	6.09	14	2.8
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด

##### 4.2.1 การใช้บริการเช่าซื้อสินค้า

ผลการศึกษา การใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่ามีการใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ โดยมีจำนวน 270 ราย คิดเป็น ร้อยละ 54.0 และไม่ได้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 230 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0 (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการให้บริการเช่าซื้อ

การให้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ใช้	270	54.0
ไม่ใช้	230	46.0
<b>รวม</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

##### 4.2.2 การรับทราบข้อมูลข่าวสาร

ผลการศึกษา ด้านการรับทราบข้อมูลข่าวสารของบริการเช่าซื้อฯ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่ายังไม่เคยรับทราบ โดยมีจำนวน 165 ราย คิดเป็น ร้อยละ 33.0 ส่วน

การรับทราบข้อมูลส่วนใหญ่คือ ทราบจากพนักงานธนาคาร มีจำนวน 130 ราย คิดเป็น ร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ ทราบจากสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 และทราบจากเพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่ทราบจากพนักงานธนาคาร มีจำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.78 รองลงมาคือ ทราบจากสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.74 ทราบจากเพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.04 และไม่เคยรับทราบ มีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.44 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่ยังไม่เคยรับทราบ โดยมีจำนวน 153 ราย คิดเป็น ร้อยละ 66.53 ทราบจากสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.91 ทราบจากพนักงานธนาคาร มีจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.17 และทราบจากเพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.39 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

**ตารางที่ 4.13** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการรับทราบข้อมูลข่าวสารของบริการเช่าซื้อฯ

การรับทราบข้อมูลข่าวสาร บริการเช่าซื้อ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พนักงานธนาคาร	102	37.78	28	12.17	130	26.0
สื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	83	30.74	32	13.91	115	23.0
เพื่อนร่วมงาน	73	27.04	17	7.39	90	18.0
ไม่เคยรับทราบ	12	4.44	153	66.53	165	33.0
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.3 ทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อ

ผลการศึกษา การทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 287 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.4 และไม่ทราบหรือไม่เข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 213 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 183 ราย คิดเป็น ร้อยละ 67.78 และไม่ทราบหรือไม่เข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.22 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ ส่วนใหญ่ไม่ทราบและไม่เข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 126 ราย คิดเป็น ร้อยละ 54.78 และทราบหรือเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.22 (ตารางที่ 4.14)

**ตารางที่ 4.14** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการทราบและเข้าใจหลักเกณฑ์การเช่าซื้อสินค้าฯ

ทราบและเข้าใจ ของการเช่าซื้อ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ทราบ/เข้าใจ	183	67.78	104	45.22	287	57.4
ไม่ทราบ/ไม่เข้าใจ	87	32.22	126	54.78	213	42.6
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.4 ความจำเป็นของการเช่าซื้อ

ผลการศึกษา ทศนคคิดว่า การเช่าซื้อสินค้าฯ มีความจำเป็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าคิดว่าการเช่าซื้อสินค้าฯ มีความจำเป็นโดยมีจำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 และคิดว่าการเช่าซื้อสินค้าฯ ไม่มีความจำเป็น มีจำนวน 230 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ คิดว่าการเช่าซื้อสินค้าฯ มีความจำเป็นโดยมีจำนวน 172 ราย คิดเป็น ร้อยละ 63.70 และคิดว่าการเช่าซื้อสินค้าฯ ไม่มีความจำเป็น มีจำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อฯ คิดว่าการเช่าซื้อสินค้าฯ ไม่มีความจำเป็น โดยจำนวน 132 ราย คิดเป็น ร้อยละ 57.39 และคิดว่าการเช่าซื้อสินค้าฯ มีความจำเป็น มีจำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.61 (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามทัศนคติว่าการเช่าซื้อฯ มีความจำเป็น

ความจำเป็นของการเช่าซื้อ	เคยใช้		ไม่เคยใช้		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำเป็น	172	63.70	98	42.61	270	54.0
ไม่จำเป็น	98	36.30	132	57.39	230	46.0
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.5 เคยใช้บริการเช่าซื้อมาก่อน

ผลการศึกษา การเคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ จากบริษัทอื่นมาก่อนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ราย พบว่าเคยใช้บริการเช่าซื้อโดยมีจำนวน 300 ราย คิดเป็น ร้อยละ 60.0 และไม่เคยใช้บริการเช่าซื้อ มีจำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการเคยใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ จากบริษัทอื่นมาก่อน

เคยใช้บริการเช่าซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้	300	60.0
ไม่เคยใช้	200	40.0
<b>รวม</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.6 การใช้บริการเช่าซื้อสินค้าจากแหล่งอื่น

ผลการศึกษา การใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ จากแหล่งอื่นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ จำนวน 270 ราย พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการเช่าซื้ออยู่กับ บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด มหาชน มีจำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.59 รองลงมาคือใช้กับบริษัท จีอีแคปิตอล ดิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ

จากแหล่งอื่น ๆ มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.56 และใช้กับ บริษัท ไทยพาณิชย์ลิซซิ่ง จำกัด มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.18 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการใช้บริการเช่าซื้อสินค้า จากแหล่งอื่น ๆ

การใช้บริการเช่าซื้อจากแหล่งอื่น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริษัท อีออนธนทรัพย์ จำกัด	142	52.59
บริษัท จีอีแคปปิตอลลิซซิ่งฯ	72	26.67
บริษัท ไทยพาณิชย์ลิซซิ่ง จำกัด	14	5.18
อื่น ๆ	42	15.56
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.7 ความสนใจใช้บริการเช่าซื้อ

ผลการศึกษา การสนใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่า สนใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ โดยมีจำนวน 365 ราย คิดเป็น ร้อยละ 73.0 และไม่สนใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ มีจำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการสนใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ

การสนใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สนใจ	365	73.0
ไม่สนใจ	135	27.0
<b>รวม</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.8 ประเภทสินค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อ

ผลการศึกษา ประเภทสินค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเช่าซื้อ จำนวน 270 ราย พบว่าสินค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อส่วนใหญ่คือ มอเตอร์ไซค์ มีจำนวน 85 ราย



คิดเป็นร้อยละ 31.48 รองลงมาคือ เครื่องใช้ไฟฟ้า มีจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.41 คอมพิวเตอร์ มีจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.81 รถยนต์ มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.41 โทรศัพท์มือถือ มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.41 และอื่น ๆ เช่น จานดาวเทียม มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.48 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามประเภทสินค้าที่ใช้บริการ  
เข้าซื้อ

ประเภทสินค้าที่ใช้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มอเตอร์ไซค์	85	31.48
เครื่องใช้ไฟฟ้า	74	27.41
คอมพิวเตอร์	67	24.81
โทรศัพท์มือถือ	20	7.41
รถยนต์	20	7.41
อื่น ๆ	4	1.48
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.9 ความพอใจจ่ายค่าธรรมเนียม

ผลการศึกษา ความพอใจของค่าธรรมเนียมการชำระเงินของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าพอใจจ่ายค่าธรรมเนียม โดยมีจำนวน 268 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.6 และไม่พอใจจ่ายค่าธรรมเนียม มีจำนวน 232 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.4 (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามความพอใจของ  
ค่าธรรมเนียมการชำระเงิน

ความพอใจของค่าธรรมเนียมการชำระเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พอใจ	268	53.6
ไม่พอใจ	232	46.4
<b>รวม</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.10 การรับสินค้า

ผลการศึกษา ความต้องการรับสินค้าผ่านช่องทางใด ๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีต้องการรับสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายที่ใกล้บ้าน โดยมีจำนวน 264 ราย คิดเป็น ร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ มีพนักงานนำสินค้ามาส่งเอง มีจำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.4 และส่งสินค้าผ่านบริษัทขนส่ง มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามความต้องการรับสินค้าผ่านช่องทางใด ๆ

การรับสินค้าผ่านช่องทางใด ๆ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รับจากตัวแทนจำหน่ายที่ใกล้บ้าน	264	52.8
มีพนักงานนำสินค้ามาส่งเอง	152	30.4
ส่งสินค้าผ่านบริษัทขนส่ง	84	16.8
<b>รวม</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.11 สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน

ผลการศึกษา ทศนคติต่อสินค้าที่ร่วมรายการเข้าเชื่อว่ามีคุณภาพและได้มาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย พบว่าสินค้าที่ร่วมรายการเข้าเชื่อมีคุณภาพและได้มาตรฐานโดยมีจำนวน 447 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.4 และสินค้าที่ร่วมรายการเข้าเชื่อไม่ได้มาตรฐานมีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามทัศนคติต่อสินค้าว่ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน

สินค้าได้มาตรฐาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ได้มาตรฐาน	447	89.4
ไม่ได้มาตรฐาน	53	10.6
<b>รวม</b>	<b>500</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด จากการสำรวจเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง

ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อ สินค้าอุปโภคของ บริษัท เคทีบีเอสซิ่ง	ใช่		ไม่ใช่		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1) ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและ ทราบผลรวดเร็ว	223	44.6	277	55.4	500	100
2) สินค้าหลากหลาย	190	38.0	310	62	500	100
3) ราคาสินค้า	223	44.6	277	55.4	500	100
4) อัตราดอกเบี้ย	246	49.2	254	50.8	500	100
5) ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน	259	51.8	241	48.2	500	100
6) ไม่ต้องมีเงินคาวน	259	51.8	241	48.2	500	100
7) จุดให้บริการครอบคลุมและทั่วถึง	149	29.8	351	70.2	500	100
8) อายุสัญญาไม่ระยะยาว	151	30.2	349	69.8	500	100
9) ความสะดวกในการชำระค่างวดผ่าน เกณฑ์ธนาคารกรุงไทย ทุกสาขา	193	38.6	307	61.4	500	100
10) สามารถหักค่างวดผ่อนชำระ อัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์	258	51.6	242	48.4	500	100
11) พนักงานธนาคารมีบทบาทด้าน บริการที่ดี	259	51.8	241	48.2	500	100
12) มีการจัดมุมแนะนำสินค้าผ่าน ธนาคารกรุงไทยทุกสาขา	123	24.6	377	75.4	500	100
13) การลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	164	32.8	336	67.2	500	100
14) การแจกเอกสารแผ่นพับ	277	55.4	223	44.6	500	100
15) การส่งเสริมการขายโดยการจัด โปรโมชั่นพิเศษในแต่ละเดือนไม่ซ้ำกัน	151	30.2	349	69.8	500	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการสำรวจ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของ บริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อมากที่สุดคือ การแจกเอกสารแผ่นพับรายการสินค้า มีจำนวน 277 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.40 ปัจจัยที่มีส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อ โดยไม่ต้องมีบุคคลค้าประกัน ไม่ต้องมีเงินค้ำประกัน พนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดี สามารถห้คำวางวดผ่านชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ย ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็ว ราคาสินค้า ความสะดวกในการชำระค่าวงวดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทยทุกสาขา สินค้าหลายหลายประเภท การลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ อายุสัญญาที่มีระยะยาว การส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชันพิเศษในแต่ละเดือนที่ไม่ซ้ำกัน มีจุดที่ให้บริการครอบคลุมและทั่วถึง ส่วนปัจจัยที่มีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด คือ การจัดมุมแนะนำสินค้าผ่านธนาคารกรุงไทยทุกสาขา มีจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.60

#### 4.4 ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิส (Logit Model)

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยแบบจำลองโลจิส (Logit Model) ใช้เทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimate: MLE) และเทคนิคการวิเคราะห์โดย Marginal effects เพื่อศึกษาโอกาสความน่าจะเป็น (Probability) ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบี ลิสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง การศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยด้านขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็ว ประเภทสินค้าหลากหลาย ราคาสินค้า อัตราดอกเบี้ย การเช่าซื้อ โดยไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน ไม่ต้องมีเงินค้ำประกัน มีจุดให้บริการครอบคลุมและทั่วถึง อายุสัญญาที่มีระยะยาว ความสะดวกในการชำระค่าวงวดผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทยทุกสาขา สามารถห้คำวางวดผ่านชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารกรุงไทย พนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดี มีการจัดมุมแนะนำสินค้าผ่านธนาคารกรุงไทยทุกสาขา การลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแจกเอกสารแผ่นพับ การส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชันพิเศษในแต่ละเดือนที่ไม่ซ้ำกัน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน รายได้คงเหลือต่อเดือน การรับทราบข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคาร การเคยใช้บริการเช่าซื้อมาก่อน และปัจจุบันได้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอยู่กับบริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

จากการคำนวณสมการ Logit พบว่าค่า Log Likelihood function เท่ากับ -108.8827 ค่า Restricted log likelihood เท่ากับ -344.9719 ค่า Chi-squared เท่ากับ 472.1784 ค่า McFadden  $R^2$  เท่ากับ 0.68437 ค่าความถูกต้องของการทำนายเท่ากับ 91.80% และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ได้แก่ การรับทราบข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคาร ( $X_6$ ) ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็ว ( $X_9$ ) ประเภทสินค้าหลากหลาย ( $X_{10}$ ) การเช่าซื้อโดยไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน ( $X_{13}$ ) พนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดี ( $X_{19}$ ) และการแจกเอกสารแผ่นพับ ( $X_{22}$ ) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ เคยใช้บริการเช่าซื้อมาก่อน ( $X_7$ ) ปัจจุบันได้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอยู่กับบริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ( $X_8$ ) ราคาสินค้า ( $X_{11}$ ) และการเช่าซื้อสินค้าสามารถหักค่ามัดจำชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารกรุงไทยทุกสาขา ( $X_{18}$ ) และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ได้แก่ เพศของกลุ่มตัวอย่าง ( $X_1$ ) และอัตราดอกเบี้ย ( $X_{12}$ ) รายละเอียดของตัวแปรต่างๆสามารถอธิบายได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.24 และ 4.25 )

การอธิบายผลกระทบของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในที่นี้จะเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยของปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลรวดเร็ว ( $X_9$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างได้รับขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลอนุมัติรวดเร็ว จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.6916 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างได้รับขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อและทราบผลอนุมัติรวดเร็วแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 69.16 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ต้องพัฒนาขั้นตอนกระบวนการเช่าซื้อให้รวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนไม่ยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป

**พนักงานธนาคารมีบทบาทด้านบริการที่ดี ( $X_{19}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานธนาคาร จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.3762 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานธนาคารแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ

เพิ่มขึ้น 37.62 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น พนักงานธนาคารควรมีความสุภาพและอัธยาศัยดี กระตือรือร้น ให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง และปฏิบัติกับลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค

**การแจกเอกสารแผ่นพับ ( $X_{22}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างได้รับเอกสารแผ่นพับรายการสินค้า จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.3041 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างได้รับเอกสารแผ่นพับรายการสินค้าแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 30.41 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยการแจกเอกสารแผ่นพับรายการสินค้ามากขึ้น และสินค้าแต่ละรายการควรแสดงรายละเอียดและคุณสมบัติอย่างชัดเจน

**การรับทราบข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคาร ( $X_6$ )** จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคาร จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.2982 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคารแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 29.82 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น พนักงานธนาคารควรเตรียมพร้อมในด้านข้อมูลข่าวสารของสินค้าเช่าซื้อ และบริษัทฯ ควรแจ้งข่าวสารหรือโปรโมชั่นใหม่ ๆ ให้แก่พนักงานธนาคารอย่างสม่ำเสมอ

**ประเภทสินค้าหลากหลาย ( $X_{10}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างได้ทราบว่าบริษัทฯ มีสินค้าหลากหลาย จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.2939 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างทราบว่าบริษัทฯ มีสินค้าหลากหลายแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 29.39 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากกว่าคู่แข่ง มีบริการหลังการขายและการรับประกันสินค้า

**ปัจจุบันได้ใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอยู่กับบริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ( $X_9$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอยู่กับบริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด จะต้องใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดและมีการส่งเสริมการขาย เพื่อให้มีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการจากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ -0.2402 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอยู่กับบริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และเมื่อบริษัท เคทีบีเอสซิ่ง จำกัด ใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดและจัดการส่งเสริมการขายแล้ว จะทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 24.02 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ต้องปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด เช่น ลดอัตราดอกเบี้ย ขยายระยะเวลาผ่อนชำระให้นานขึ้น และจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายในแต่ละเดือนให้มากขึ้น

**การเช่าซื้อโดยไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน ( $X_{13}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างทำการเช่าซื้อโดยไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.2399 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างทำการเช่าซื้อโดยไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกันแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 23.99 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ควรระบุอย่างชัดเจนว่าวิธีการและขั้นตอนการขอซื้อสินค้าไม่จำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกันในการซื้อสินค้า

**เคยใช้บริการเช่าซื้อมาก่อน ( $X_4$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการเช่าซื้อมาก่อน จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.2019 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการเช่าซื้อมาก่อนแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 20.19 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากลูกค้ามีความคุ้นเคยและเข้าใจวิธีการเช่าซื้อสินค้าฯ ดังนั้น ควรประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่ามีการให้บริการเช่าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านธนาคาร

**การเช่าซื้อสินค้าสามารถหักล้างวงผ่อนชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารกรุงไทยทุกสาขา ( $X_{18}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างสามารถหักล้างวงผ่อนชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์ จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.1921 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างสามารถหักล้างวงผ่อนชำระอัตโนมัติผ่านบัญชีออมทรัพย์แล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 19.21 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น พนักงานธนาคารควรแจ้งให้ลูกค้าทราบว่ามีการหักชำระสินค้าค่าวงอัตโนมัติทุกเดือนจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์

**ราคาสินค้า ( $X_{11}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างพิจารณาด้านราคาสินค้า จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.1918 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างพิจารณาราคาสินค้าแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้ บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 19.18 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ควรปรับระดับราคาสินค้าให้ต่ำกว่า หรือใกล้เคียงกับคู่แข่งร้านค้าทั่วไป

**อัตราดอกเบี้ย ( $X_{12}$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างพิจารณาอัตราดอกเบี้ย จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.1639 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างพิจารณาอัตราดอกเบี้ยแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้ บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 16.39 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้น บริษัทฯ ควรกำหนดอัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาการผ่อนชำระอย่างชัดเจน อัตราดอกเบี้ยจ่ายต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งต่าง ๆ ที่ให้บริการสินเชื่อ

**เพศของกลุ่มตัวอย่าง ( $X_1$ )** จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก นั่นคือหากกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จะมีแนวโน้มมาใช้บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้จากค่า Marginal effect มีค่าเท่ากับ 0.1477 สามารถอธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้ บริการเช่าซื้อสินค้าฯ เพิ่มขึ้น 14.77 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจาก การตัดสินใจทำนิติกรรมต่าง ๆ เช่น การผ่อนซื้อสินค้า ส่วนใหญ่จะให้เพศชายเป็นรายตัดสินใจมากกว่าเพศหญิง และเพศหญิงจะมีความระมัดระวังการใช้จ่ายเงิน หรืออาจไม่ชอบสินค้าผ่อนมากกว่าเพศชาย



ตารางที่ 4.24 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองโดยวิธี Maximum Likelihood

Estimate

Variable	Maximum Likelihood Estimate			
	Coefficient	Standard Error	T-stat	Prob
Constant	-6.04493689	.75985211	-7.955	.0000
X <sub>1</sub>	.65121356	.37078152	1.756*	.0790
X <sub>2</sub>	.43805226	.40582826	1.079	.2804
X <sub>3</sub>	.43805226	.38394344	.368	.7125
X <sub>4</sub>	-.36947524	.44467680	-.831	.4060
X <sub>5</sub>	.08107181	.38110262	.213	.8315
X <sub>6</sub>	1.48247618	.44620213	3.322***	.0009
X <sub>7</sub>	.90267178	.44275674	2.039**	.0415
X <sub>8</sub>	-1.00228570	.50370340	-1.990**	.0466
X <sub>9</sub>	3.78175392	.43269276	8.740***	.0000
X <sub>10</sub>	1.36252445	.40602550	3.356***	.0008
X <sub>11</sub>	.84509957	.37987419	2.225**	.0261
X <sub>12</sub>	.71240064	.36746321	1.939*	.0525
X <sub>13</sub>	1.04612895	.39794528	2.629***	.0086
X <sub>14</sub>	-.13656670	.39157413	-.349	.7273
X <sub>15</sub>	.49166650	.42932368	1.145	.2521
X <sub>16</sub>	.41946514	.41899699	1.001	.3168
X <sub>17</sub>	.00774338	.39078184	.020	.9842
X <sub>18</sub>	.83352043	.38294613	2.177**	.0295
X <sub>19</sub>	1.68274336	.38674062	4.351***	.0000
X <sub>20</sub>	.21825257	.44910841	.486	.6270
X <sub>21</sub>	.05688147	.42822638	.133	.8943
X <sub>22</sub>	1.32507006	.38533231	3.439***	.0006
X <sub>23</sub>	-.46053875	.42086512	-1.094	.2738

ที่มา : จากการคำนวณ

Log likelihood function -108.8827

หมายเหตุ : \*\*\* Significant at 0.01

Restricted Log likelihood -344.9719

\*\* Significant at 0.05

Chi – squared 472.1784

\* Significant at 0.10

McFadden R<sup>2</sup> 0.68437

Accuracy of prediction 91.80%

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองโดยวิธี Marginal effects

Variable	Maximum Marginal effects			
	Coefficient	Standard Error	T-stat	Prob
Constant	-1.40502843	.19923199	-7.052	.0000
X <sub>1</sub>	.14777182	.08251544	1.791*	.0733
X <sub>2</sub>	.09974095	.08987288	1.110	.2671
X <sub>3</sub>	.03297785	.08982042	0.367	.7135
X <sub>4</sub>	-.08778741	.10742533	-0.817	.4138
X <sub>5</sub>	.01881471	.08830009	0.213	.8313
X <sub>6</sub>	.29821246	.07480932	3.986***	.0001
X <sub>7</sub>	.20199624	.09496357	2.127**	.0334
X <sub>8</sub>	-.24024712	.12079144	-1.989**	.0467
X <sub>9</sub>	.69160405	.04816923	14.358***	.0000
X <sub>10</sub>	.29391006	.07958069	3.693***	.0002
X <sub>11</sub>	.19181685	.08334636	2.301**	.0214
X <sub>12</sub>	.16397141	.08326202	1.969**	.0489
X <sub>13</sub>	.23995731	.08903100	2.695***	.0070
X <sub>14</sub>	-.03171186	.09075818	-0.349	.7268
X <sub>15</sub>	.11066000	.09283212	1.192	.2332
X <sub>16</sub>	.09496956	.09226258	1.029	.3033
X <sub>17</sub>	.00179938	.09078834	0.020	.9842
X <sub>18</sub>	.19219138	.08728772	2.202**	.0277
X <sub>19</sub>	.37621614	.08063380	4.666***	.0000
X <sub>20</sub>	.04991602	.10075176	0.495	.6203
X <sub>21</sub>	.01318576	.09896791	0.133	.8940
X <sub>22</sub>	.30418943	.08530028	3.566***	.0004
X <sub>23</sub>	-.10903875	.10071563	-1.083	.2790

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : \*\*\* Significant at 0.01

\*\* Significant at 0.05

\* Significant at 0.10

#### 4.4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ตารางที่ 4.26 แสดงระดับของปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ปัญหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับปัญหา					WMS	ระดับปัญหา
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี	รวม		
1) ขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อ ยุ่งยากและทราบผลช้า	152 (30.4)	240 (48.0)	87 (17.4)	21 (4.2)	500 (100.0)	2.05	ปานกลาง
2) เกณฑ์การพิจารณาเข้มงวด	261 (52.2)	211 (42.2)	17 (3.4)	11 (2.2)	500 (100.0)	2.44	ปานกลาง
3) เอกสารประกอบการพิจารณา มากเกินไป	105 (21.0)	323 (64.6)	50 (10.0)	22 (4.4)	500 (100.0)	2.02	ปานกลาง
4) ไม่มีสินค้าที่ต้องการ	107 (21.4)	245 (49)	103 (20.6)	45 (9)	500 (100.0)	1.82	ปานกลาง
5) ไม่มีบริการหลังการขาย	173 (34.6)	233 (46.6)	72 (14.4)	22 (4.4)	500 (100.0)	2.11	ปานกลาง
6) การรับสินค้าช้า	117 (23.4)	280 (56)	67 (13.4)	36 (7.2)	500 (100.0)	1.96	ปานกลาง
7) สินค้าหมด	70 (14)	253 (50.6)	116 (23.2)	61 (12.2)	500 (100.0)	1.66	ปานกลาง
8) สินค้าไม่ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เสียหายชำรุดง่าย	49 (9.8)	270 (54)	122 (24.4)	59 (11.8)	500 (100.0)	1.62	ปานกลาง
9) สินค้าบางรายการต้องไปปรับเอง ไม่จัดส่งถึงที่อยู่ลูกค้า	21 (4.2)	259 (51.8)	137 (27.4)	83 (16.6)	500 (100.0)	1.44	น้อย

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ค่าที่อยู่ในวงเล็บคือ ร้อยละ

จากการสำรวจปัญหาและข้อเสนอแนะด้านต่างๆ ของลูกค้า ที่มาใช้บริการเช่าซื้อสินค้า กับบริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด ผ่านธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัญหาในเรื่องขั้นตอนในการพิจารณา สินเชื่อยุ่งยากและทราบผลช้า ปัญหาของเกณฑ์การพิจารณาเข้มงวด เอกสารประกอบการพิจารณา มากเกินไป ไม่มีสินค้าที่ต้องการ ปัญหาของการไม่มีบริการหลังการขาย ปัญหาจากการรับสินค้า ผิดซ้ำ สินค้าที่ต้องการหมด และสินค้าไม่ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือเสียหายชำรุด ซึ่ง ทั้งหมดเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาในเรื่องของการรับสินค้าบางรายการต้องไป รับเอง ไม่จัดส่งถึงที่อยู่ลูกค้า นั้น เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับน้อย จากระดับปัญหาที่สำรวจแสดงให้เห็นถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค ของบริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด ซึ่งเป็น บริษัทในเครือของธนาคารกรุงไทย และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องหาทางปรับปรุงแก้ไขเพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า และชักจูงให้ ลูกค้ามาใช้บริการเช่าซื้อๆ ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเน้นย้ำในการเป็นธนาคารแสนสะดวก สามารถไปทำธุรกรรมที่เดียวได้ครบวงจร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved