

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัท

ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทของธนาคารกสิกรไทย สาขาเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน (ตารางที่ 4.1) พบว่า

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.67 และร้อยละ 42.33 เป็นเพศชาย

อายุ ช่วงอายุที่ใช้บริการมีจำนวนมากที่สุด คือ อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 30 ปี (ร้อยละ 38.67) และช่วงอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 10.33) ตามลำดับ

สถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 56.33 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 32.00) มีสถานภาพเป็นหม้าย (ร้อยละ 7.67) และ สถานภาพหย่า / แยกกันอยู่ (ร้อยละ 4.00) ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 16) ระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 3.67 และระดับมัธยมศึกษา/ปวช.คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 85.33 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 7.67) อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 3.67) และอาชีพรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 3.33) ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.67 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 25) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาทบาท (ร้อยละ 17.33) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท บาท (ร้อยละ 16.67) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.67 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,001 บาท มีเพียงร้อยละ 2.67

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	127	42.33
หญิง	173	57.67
รวม	300	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	116	38.67
30-40 ปี	143	47.67
41-50 ปี	31	10.33
51 ปี ขึ้นไป	10	3.33
รวม	300	100.00
สถานภาพ		
โสด	169	56.33
หม้าย	23	7.67
สมรส	96	32.00
หย่าร้าง	12	4.00
รวม	300	100.00
การศึกษา		
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	10	3.33
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	11	3.67
ปริญญาตรี	231	77.00
ปริญญาโท	48	16.00
รวม	300	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	3.67
พนักงานบริษัท / ห้างร้านเอกชน	256	85.33
รับจ้างทั่วไป	10	3.33
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	7.67
รวม	300	100.00
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,001 บาท	8	2.67
10,001 - 20,000 บาท	77	25.67
20,001 - 30,000 บาท	75	25.00
30,001 - 40,000 บาท	50	16.67
40,001 - 50,000 บาท	52	17.33
50,001 - 60,000 บาท	15	5.00
60,001 - 70,000 บาท	2	0.67
70,001 - 80,000 บาท	2	0.67
80,001 - 90,000 บาท	5	1.67
90,001 - 100,000 บาท	8	2.67
มากกว่า 100,000 บาท	6	2.00
รวม	300	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ

ผลการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ประกอบด้วย การเคยใช้/ไม่เคยใช้บริการ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ข้อมูลบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อ สื่อโฆษณาที่เกี่ยวกับการบริการและมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการ วงเงินสินเชื่อ

ที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลางวดการชำระเงินที่ต้องการ ความพึงพอใจในการบริการ โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1) การเคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 95.0 และไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลการเคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	285	95.00
ไม่เคย	15	5.00
รวม	300	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

2) บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการจากบมจ. ธนาคารกสิกรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.74 รองลงมา คือ บมจ.ธนาคารธนชาติ (ร้อยละ 23.16) บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ (ร้อยละ 10.88) บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน (ร้อยละ 5.96) และ บมจ.โตโยต้าลิซซิ่ง บมจ.ฮอนด้าลิซซิ่ง และบมจ.ฟอร์ดลิซซิ่ง มีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 3.86 บมจ.อยุธยาแคปปิตอล ออโต้ลิซ (ร้อยละ 2.81) บมจ.อีซูซุลิซซิ่ง (ร้อยละ 1.40) บมจ.ธนาคารทีสโก้ และบมจ.จีอีแคปปิตอล ออโต้ลิซ มีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 0.35 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ

บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บมจ.ธนาคารกสิกรไทย	213	74.74
บมจ.ธนาคารธนชาติ	66	23.16
บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์	31	10.88
บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน	17	5.96
บมจ.โตโยต้าลิซซิ่ง	11	3.86

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

บริษัทสินเชื่อบริษัทที่เคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บมจ. สอนค้าลิสซิ่ง	11	3.86
บมจ. พอร์คัลลิสซิ่ง	11	3.86
บมจ. อยุรยาแคปปิตอล ออโต้ลิส	8	2.81
บมจ. อีซูซูลิสซิ่ง	4	1.40
บมจ. ธนาคารทีสโก้	1	0.35
บมจ. จีอีแคปปิตอล ออโต้ลิส	1	0.35

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสินเชื่อบริษัทจากรายที่ 4.2 จำนวน 285 คน (และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

3) ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อบริษัท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นรถยี่ห้อโตโยต้า คิดเป็นร้อยละ 62.11 รองลงมาคือ สอนค้า (ร้อยละ 26.32) มิทซูบิชิ (ร้อยละ 9.47) อีซูซุ (ร้อยละ 7.37) มาสดา (ร้อยละ 4.56) นิสสัน (ร้อยละ 3.86) และเบนซ์ (ร้อยละ 1.82) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลยี่ห้อรถที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อบริษัทกับธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง

ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการ สินเชื่อบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
โตโยต้า	177.00	62.11%
สอนค้า	75.00	26.32%
มิทซูบิชิ	27.00	9.47%
อีซูซุ	21.00	7.37%
มาสดา	13.00	4.56%
นิสสัน	11.00	3.86%
เบนซ์	6.00	2.11%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสินเชื่อบริษัทจากรายที่ 4.2 จำนวน 285 คน (และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

4) พฤติกรรมการหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลบ้างก่อนใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 51.33 รองลงมาคือมีการหาข้อมูลโดยละเอียดคิดเป็นร้อยละ 36.67 และไม่มีการหาข้อมูลเลย คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 การหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างก่อนใช้บริการ

การหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
มีการหาข้อมูลโดยละเอียด	110	36.67
มีการหาข้อมูลบ้าง	154	51.33
ไม่มีการหาข้อมูลเลย	36	12.00
รวม	300	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

5) ลักษณะของสื่อที่ใช้โฆษณา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือชื่อเสียงของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว/เพื่อน/คนใกล้ชิด (ร้อยละ 27.67) พนักงานบริษัท (ร้อยละ 13.33) สื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 6.33) อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 3.33) คลื่นวิทยุ (ร้อยละ 1.33) ป้ายคัทเอ๊าท์ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ลักษณะของสื่อที่ใช้โฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของบริษัท	143	47.67
บุคคลในครอบครัว/เพื่อน/คนใกล้ชิด	83	27.67
พนักงานบริษัท	40	13.33
สื่อโทรทัศน์	19	6.33
อินเทอร์เน็ต	10	3.33
คลื่นวิทยุ	4	1.33
ป้ายคัทเอ๊าท์	1	0.33
รวม	300	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

6) เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการธนาคารกสิกรไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากความน่าเชื่อถือของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 62.67 รองลงมาคือ เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว (ร้อยละ 57.00) ความสะดวกในการมาใช้บริการ (ร้อยละ 56.00) มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ (ร้อยละ 20.33) การให้บริการและการบริการของพนักงานดี (ร้อยละ 19.33) อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ (ร้อยละ 12.67) ระเบียบและเงื่อนไขในการขอสินเชื่อยุ่งยากน้อยกว่า (ร้อยละ 11.67) ค่าธรรมเนียมในขั้นตอนการดำเนินการขอสินเชื่อต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ (ร้อยละ 8.67) และสถานที่ในการติดต่อและชำระเงินกู้สะดวกกว่า (ร้อยละ 8.00) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด

เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าเชื่อถือของธนาคาร	188	62.67
เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว	171	57.00
ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ	168	56.00
มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ	61	20.33
การให้บริการและการบริการของพนักงานดี	58	19.33
อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	38	12.67
ระเบียบและเงื่อนไขในการขอสินเชื่อยุ่งยากน้อยกว่า	35	11.67
ค่าธรรมเนียมในขั้นตอนการดำเนินการขอสินเชื่อต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	26	8.67
สถานที่ในการติดต่อและชำระเงินกู้สะดวกกว่า	24	8.00

ที่มา: จากการสำรวจ

7) วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ

ส่วนใหญ่มีวงเงินที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อ คือ 200,001 – 400,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมาคือวงเงิน 400,001 – 600,000 บาท (ร้อยละ 32.33) วงเงิน 600,001 – 800,000 บาท (ร้อยละ 20.67) วงเงิน 800,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.33 วงเงินต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 3.67) และวงเงิน ตั้งแต่ 1,000,000 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.67 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด

วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,000 บาท	11	3.67
200,001 – 400,000 บาท	106	35.33
400,001 – 600,000 บาท	97	32.33
600,001 – 800,000 บาท	62	20.67
800,001 – 1,000,000 บาท	16	5.33
1,000,001 – 1,200,000 บาท	2	0.67
1,800,001 ขึ้นไป	6	2.00
รวม	300	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: วงเงินตั้งแต่ 1,200,000 – 1,800,00 บาทขึ้นไป ไม่มีกลุ่มตัวอย่างได้รับการ

8) ระยะเวลางวดการชำระเงินที่ได้รับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลางวดการชำระเงินที่ต้องชำระคือ 60 งวด คิดเป็นร้อยละ 36.33 รองลงมาคือระยะเวลา 72 งวด คิดเป็นร้อยละ 29.67 ระยะเวลา 48 งวด คิดเป็นร้อยละ 24.0 ระยะเวลา 24 งวด คิดเป็นร้อยละ 4.67 ระยะเวลา 12 งวด คิดเป็นร้อยละ 1.67 และ ระยะเวลา 36 งวด มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.33 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงระยะเวลางวดการชำระเงินที่ได้รับ

ระยะเวลางวดการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
12 งวด	5.00	1.67
24 งวด	14.00	4.67
36 งวด	4.00	1.33
48 งวด	72.00	24.00
60 งวด	109.00	36.33
72 งวด	89.00	29.67
84 งวด	7.00	2.33
รวม	300.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

9) ความสามารถในการส่งชำระ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความสามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของธนาคาร โดยไม่กลุ่มตัวอย่างรายใดที่ไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข ซึ่งแสดงถึงกลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพในการชำระค่างวด (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ความสามารถในการส่งชำระค่างวดตามเงื่อนไข

ความสามารถในการส่งชำระ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งชำระค่างวดได้ตามเงื่อนไข	300.00	100.00
รวม	300.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

10) ความพึงพอใจในการให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการตรงกับที่คาดหวัง คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมาคือมีความพึงพอใจในการให้บริการสูงกว่าที่คาดหวัง คิดเป็นร้อยละ 7.67 และไม่พึงพอใจในการให้บริการซึ่งต่ำกว่าที่คาดหวัง มีเพียงร้อยละ 0.33 (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจในการให้บริการ

ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าที่คาดหวัง	23.00	7.67
ตรงกับที่คาดหวัง	276.00	92.00
ต่ำกว่าที่คาดหวัง	1.00	0.33
รวม	300.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

11) การแนะนำให้มาใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ มากถึงร้อยละ 99.67 และมีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 0.33 ที่ไม่แนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 แสดงการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ

การแนะนำให้มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	299.00	99.67
ไม่แนะนำ	1.00	0.33
รวม	300.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร

ผลการศึกษาปัจจัยโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร จากกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.10 รองลงมา คือ ด้านการให้บริการ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านสถานภาพของธนาคาร มีระดับค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านสถานที่ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านการอนุมัติสินเชื่อ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.76 และปัจจัยด้านการตลาด มีระดับค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านบุคลากร	4.10	มาก
ด้านการให้บริการ	4.09	มาก
ด้านสถานภาพของธนาคาร	3.99	มาก
ด้านสถานที่	3.91	มาก
ด้านการอนุมัติสินเชื่อ	3.76	มาก
ด้านการตลาด	3.45	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพอัธยาศัยดีมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.13 พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ มี

ระดับ 4.11 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น มีระดับค่าเฉลี่ย 4.09 และพนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง มีระดับค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อยดี	101 (33.7)	148 (49.3)	51 (17.0)	- (0.0)	- (0.0)	4.17	มาก
2.พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ	83 (27.7)	166 (55.3)	51 (17.0)	- (0.0)	- (0.0)	4.11	มาก
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น	82 (27.3)	166 (55.3)	48 (16.0)	4 (1.3)	- (0.0)	4.09	มาก
4.พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลเสนอแนะและแก้ไขปัญหาลูกค้าได้	77 (25.7)	184 (61.3)	39 (13.0)	- (0.0)	- (0.0)	4.13	มาก
5.พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง	71 (23.7)	169 (56.3)	54 (18.0)	6 (2.0)	- (0.0)	4.02	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า การมีสาขาที่รองรับการให้บริการมากมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมาก คือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมา คือ การให้บริการสะดวกรวดเร็วเป็นกันเอง มีระดับค่าเฉลี่ย 4.12 มีเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย มีระดับค่าเฉลี่ย 4.04 และมีที่นั่งรอเพียงพอ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านการให้บริการ	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.บริการสะดวกรวดเร็วเป็นกันเอง	99 (33.0)	143 (47.7)	52 (17.3)	- (0.0)	- (0.0)	4.12	มาก
2.มีสาขาที่รองรับการให้บริการ มาก	124 (41.3)	145 (48.3)	31 (10.3)	- (0.0)	- (0.0)	4.31	มาก
3.มีเทคโนโลยีในการให้บริการ ทันสมัย	63 (21.0)	197 (65.7)	30 (10.0)	10 (3.3)	- (0.0)	4.04	มาก
4. มีที่นั่งรอเพียงพอ	58 (19.3)	171 (57.0)	56 (18.7)	15 (5.0)	- (0.0)	3.91	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ความมั่นคงของธนาคารมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมาก คือ 4.37 รองลงมา คือ ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.93 มีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.87 และการมีส่วนร่วมกับสังคม มีระดับค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร

ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ความมั่นคงของธนาคาร	132 (44.0)	146 (48.7)	22 (7.3)	- (0.0)	- (0.0)	4.37	มาก
2.ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ	47 (15.7)	185 (61.7)	68 (22.7)	- (0.0)	- (0.0)	3.93	มาก
3.มีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ	43 (14.3)	185 (61.7)	61 (20.3)	- (0.0)	- (0.0)	3.87	มาก
4.การมีส่วนร่วมกับสังคม	40 (13.3)	175 (58.3)	74 (24.7)	- (0.0)	- (0.0)	3.81	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ทำงาน มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา คือ สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.91 และมีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.89 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ทำงาน	83 (27.7)	124 (41.3)	87 (29.0)	6 (2.0)	0 (0.0)	3.95	มาก
2.มีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	56 (18.7)	156 (52.0)	86 (28.7)	2 (0.7)	0 (0.0)	3.89	มาก
3.สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ	42 (14.0)	196 (65.3)	55 (18.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.91	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ความรวดเร็วในการอนุมัติและแจ้งผล มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยต่ำมีระดับค่าเฉลี่ย 3.79 และความรวดเร็วในการทำนิติกรรมสัญญา มีระดับค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ

ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.อัตราดอกเบี้ยต่ำ	74 (24.7)	94 (31.3)	127 (42.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	3.79	มาก
2.ความรวดเร็วในการอนุมัติและแจ้งผล	46 (15.3)	151 (50.3)	103 (34.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81	มาก
3.ความรวดเร็วในการทำนิติกรรมสัญญา	37 (12.3)	133 (44.3)	130 (43.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.69	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการตลาดของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า การออกสื่อทางโทรทัศน์และวิทยุมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการตลาดเช่น แจก แกรม การชิงโชครางวัล เป็นต้น มีระดับค่าเฉลี่ย 3.45 การประชาสัมพันธ์ผ่านตัวแทน มีระดับค่าเฉลี่ย 3.44 และการติดป้ายโฆษณาหน้าอาคารสำนักงาน มีระดับค่าเฉลี่ย 3.41ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.การติดป้ายโฆษณาหน้าอาคาร	32 (10.7)	98 (32.7)	131 (43.7)	39 (13.0)	(0.0)	3.41	ปานกลาง
2.การออกสื่อทางโทรทัศน์และวิทยุ	34 (11.3)	109 (36.3)	134 (44.7)	23 (7.7)	(0.0)	3.51	มาก
3.การประชาสัมพันธ์ผ่านตัวแทน	15 (5.0)	108 (36.0)	170 (56.7)	7 (2.3)	(0.0)	3.44	ปานกลาง
4.การส่งเสริมทางการตลาดเช่น แจก แกรม ชิงโชครางวัล เป็นต้น	26 (8.7)	95 (31.7)	166 (55.3)	13 (4.3)	(0.0)	3.45	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กสิกรไทย สาขามูลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ พฤติกรรมการเคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ ระยะเวลาวงวดการชำระเงิน และความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยใช้สถิติแบบ non-parametric ใช้ค่า Chi-square กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ ระยะเวลาวงวดการชำระเงิน และความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยมีค่า χ^2 ที่คำนวณได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ
รถยนต์กสิกรไทย

พฤติกรรมของผู้บริโภค	การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ			χ^2 (sig.)
	ใช้บริการ	ไม่ใช้บริการ	รวม	
การเคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ				
เคย	212	73	285	Df= 1 31.738 (0.000)
ไม่เคย	1	14	15	
รวม	213	87	300	
ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ				
ไม่มี	0	7	7	Df= 7 48.728 (0.000)
เบนซ์	0	6	6	
โตโยต้า	116	54	170	
ฮอนด้า	43	17	60	
นิสสัน	5	1	6	
อีซูซุ	19	1	20	
มิตซูบิชิ	18	0	18	
มาสดา	12	1	13	
รวม	213	87	300	
วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ				
น้อยกว่า 200,000 บาท	0	11	11	Df= 6 74.442 (0.000)
200,001 – 400,000 บาท	95	9	104	
400,001 – 600,000 บาท	74	25	99	
600,001 – 800,000 บาท	36	26	62	
800,001 – 1,000,000 บาท	7	9	16	
1,000,001 – 1,200,000 บาท	1	1	2	
1,800,001 ขึ้นไป	0	6	6	
รวม	213	87	300	

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้บริโภค	การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ			χ^2 (sig.)
	ใช้บริการ	ไม่ใช้บริการ	รวม	
ระยะเวลางวดการชำระเงิน				
12 งวด	0	5	5	Df= 6 30.676 (0.000)
24 งวด	14	0	14	
36 งวด	4	0	4	
48 งวด	50	22	72	
60 งวด	67	42	109	
72 งวด	71	18	89	
84 งวด	7	0	7	
รวม	213	87	300	
ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ				
รถยนต์				
สูงกว่าที่คาดหวัง	10	13	23	Df= 2 9.511 (0.009)
ตรงกับที่คาดหวัง	202	74	276	
ต่ำกว่าที่คาดหวัง	1	0	1	
รวม	213	87	300	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะได้แยกปัญหาออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 4.21 – 4.29 ดังนี้

ปัญหาโดยรวมของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านราคามากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.84 รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.80 ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านกระบวนการด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.73 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ย 2.39 ด้านบุคลากรมีระดับค่าเฉลี่ย 2.31 และด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.15 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ระดับความสำคัญของปัญหาโดยรวม

ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านราคา	2.84	ปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์	2.80	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.73	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ	2.73	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.39	น้อย
ด้านบุคลากร	2.31	น้อย
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.15	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มากเกินไปมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 3.19 รองลงมาคือ วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.80 ระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป มีระดับค่าเฉลี่ย 2.74 และชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. วงเงินที่ให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	14 (4.7)	45 (15.0)	128 (42.7)	94 (31.3)	19 (6.3)	2.80	ปานกลาง
2. ระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป	5 (1.7)	41 (13.7)	141 (47.0)	96 (32.0)	17 (5.7)	2.74	ปานกลาง
3. ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อมากเกินไป	8 (2.7)	101 (33.7)	133 (44.3)	57 (19.0)	1 (0.3)	3.19	ปานกลาง
4. ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ	11 (3.7)	36 (12.0)	80 (26.7)	122 (40.7)	51 (17.0)	2.45	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านราคาของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูง มากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.99 รองลงมาคือเงินค่างวดผ่อนชำระสูง โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.86 และค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อสูง มีระดับค่าเฉลี่ย 2.67 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.อัตราดอกเบี้ยสูง	5 (1.7)	44 (14.7)	194 (64.7)	56 (18.7)	1 (0.3)	2.99	ปานกลาง
2.เงินค่างวดผ่อนชำระสูง	3 (1.0)	34 (11.3)	184 (61.3)	77 (25.7)	2 (0.7)	2.86	ปานกลาง
3.ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อสูง	4 (1.3)	37 (12.3)	153 (51.0)	67 (22.3)	39 (13.0)	2.67	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาจำนวนของสาขาที่ให้บริการมีไม่เพียงพอและทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่ออยู่ในระดับน้อย ด้วยสัดส่วนเท่ากัน คือ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.39 (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.จำนวนของสาขาที่ให้บริการมีไม่เพียงพอ	- (0.0)	28 (9.3)	111 (37.0)	112 (37.3)	49 (16.3)	2.39	น้อย
2.ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกในการติดต่อ	1 (0.3)	19 (6.3)	115 (38.3)	125 (41.7)	40 (13.3)	2.39	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์น้อยมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.80 รองลงมาคือ พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.66 (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.การโฆษณาและประชาสัมพันธ์น้อย	1 (0.3)	58 (19.3)	138 (46.0)	87 (29.0)	16 (5.3)	2.80	ปานกลาง
2.พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ	2 (0.7)	36 (12.0)	141 (47.0)	100 (33.3)	21 (7.0)	2.66	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาพนักงานขาดทักษะและความรู้ในการให้บริการมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมาคือ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.34และการแต่งกาย บุคลิกภาพของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย โดยมีระดับค่าเฉลี่ย คือ 2.21 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2 (0.7)	26 (8.7)	98 (32.7)	121 (40.3)	53 (17.7)	2.34	น้อย
2.การแต่งกายของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย	6 (2.0)	11 (3.7)	75 (25.0)	157 (52.3)	51 (17.0)	2.21	น้อย
3.พนักงานขาดทักษะและความรู้ในการให้บริการ สินเชื่อ	47 (15.7)	121 (40.3)	117 (39.0)	7 (2.3)	8 (2.7)	2.36	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานไม่ทันสมัยและไม่มีความสะอาดภายในธนาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม แก้วน้ำสกปรกมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 2.18 รองลงมาคือ สถานที่ไม่สะอาดไม่ทันสมัย มีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถานที่ไม่สะอาดไม่ทันสมัย	6 (2.0)	5 (1.7)	70 (23.3)	152 (50.7)	67 (22.3)	2.1	น้อย
2.อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานไม่ทันสมัย	6 (2.0)	5 (1.7)	74 (24.7)	166 (55.3)	49 (16.3)	2.18	น้อย
3.ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น แก้วน้ำสกปรก เครื่องบริการน้ำดื่ม	6 (2.0)	2 (0.7)	79 (26.3)	166 (55.3)	47 (15.7)	2.18	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยากมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.90 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อนาน มีระดับค่าเฉลี่ย 2.84 และระบบงานขาดความถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.44 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 ระดับความสำคัญของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ขั้นตอนในการขอและอนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก	10 (3.3)	40 (13.3)	165 (55.0)	80 (26.7)	5 (1.7)	2.90	น้อย
2.ใช้ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อนาน	13 (4.3)	19 (6.3)	180 (60.0)	83 (27.7)	5 (1.7)	2.84	น้อย
3.ระบบงานขาดความถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ	9 (3.0)	4 (1.3)	111 (37.0)	161 (53.7)	15 (5.0)	2.44	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ