

## บทที่ 5

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการบริษัทลิสซิ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการกู้ยืมเงินจากบริษัทลิสซิ่ง จำนวน 200 คน ได้นำเสนอแยกเป็น 3 หัวข้อดังนี้

#### 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการจากบริษัทลิสซิ่ง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการลิสซิ่งได้นำเสนอแยกเป็น 3 หัวข้อย่อยดังนี้

##### 5.1.1 ข้อมูลสถานะภาพของผู้ใช้บริการจากบริษัทลิสซิ่ง

ข้อมูลสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจากบริษัทลิสซิ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 คน ตามที่นำเสนอในตาราง 5.1 มีดังนี้

##### เพศ

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ จำนวน 200 คนพบว่า เป็นเพศชาย 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเป็นเพศหญิงจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0

##### อายุ

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.0 มีอายุในช่วง 21-40 ปี ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ 41-60 ปี มีเพียงร้อยละ 28.0 เท่านั้น

##### สถานภาพการสมรส

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 69.0 มีสถานภาพสมรส ส่วนผู้เช่าที่มีสถานภาพโสด และหย่าร้างหรือเป็นหม้าย มีเพียงร้อยละ 27.0 และ ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

### จำนวนบุตร

ผู้ใช้บริการร้อยละ 52.0 มีจำนวนบุตรที่ต้องเลี้ยงดู 1 หรือ 2 คน ร้อยละ 28.0 มีบุตร 3 คน สำหรับผู้ที่ไม่มีบุตรมีถึงร้อยละ 33.0

### ภาระในการเรียนของบุตร

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่งร้อยละ 51.0 ไม่ต้องรับภาระจากการเรียนของบุตร ส่วนผู้ที่มีภาระการเรียนของบุตรในโรงเรียนของเอกชน จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.57 และ ในโรงเรียนของรัฐบาล จำนวน 52 ราย คิดเป็น ร้อยละ 46.43

คงจะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการลิสซิ่งส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 74.0 ไม่มีปัญหาที่ต้องรับภาระในการเรียนของบุตร จึงมีเพียงร้อยละ 26.0 ที่มีภาระในการเรียนของบุตรที่เล่าเรียนในโรงเรียนเอกชนที่ต้องเสียค่าเล่าเรียนสูง ซึ่งอาจเป็นปัญหาหนึ่งเกี่ยวกับการต้องการใช้เงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น

### ระดับการศึกษา

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง จบการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 36.0 จบระดับอนุปริญญา ร้อยละ 22.0 จบระดับชั้นมัธยมศึกษา ร้อยละ 23.0 และ จบระดับประถมศึกษาร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

### อาชีพ

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง ประกอบอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 35.0 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย ร้อยละ 33.0 และพนักงานบริษัท/ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ที่เหลือ ร้อยละ 7.0 ประกอบอาชีพเป็นแม่บ้าน นักศึกษา และ ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

### รายได้

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 40.0 มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 34.0 และมีระดับรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 14.0 ส่วนผู้ที่มีระดับรายได้เกิน 30,000 บาท ต่อเดือนขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 12.0 เท่านั้น

**สถานที่พักอาศัยและทำงาน**

กลุ่มผู้ใช้บริการลิสซิ่ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 62.0 มีที่ทำงานและที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง ที่เหลือร้อยละ 38.0 มีที่ทำงานและที่พักอาศัยอยู่นอกเขตอำเภอเมือง

ตาราง 5.1 แสดงข้อมูลสถานภาพของผู้ใช้บริการลิสซิ่ง

ข้อมูลสถานภาพของผู้ใช้บริการ	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	120	60.0
หญิง	80	40.0
<b>อายุ(ปี)</b>		
21-30	56	28.0
31-40	80	40.0
41-50	48	24.0
51-60	16	8.0
<b>สถานภาพการสมรส</b>		
สมรส	138	69.0
โสด	54	27.0
หย่า/หม้าย	8	4.0

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลสถานภาพของผู้ใช้บริการ	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
จำนวนบุตรที่ผู้เข้าต้องดูแล		
1 คน	50	25.0
2 คน	54	27.0
3 คน	28	14.0
4 คน	2	1.0
ไม่มีบุตร	66	33.0
ภาระการเรียนของบุตร		
ไม่ได้รับการศึกษา/ไม่ถึงเกณฑ์/ จบการศึกษาแล้ว	88	44.0
โรงเรียนของรัฐบาล	60	30.0
โรงเรียนของเอกชน	52	26.0
ระดับการศึกษา		
ประถม	38	19.0
มัธยม	56	28.0
อนุปริญญา	44	22.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	72	36.0

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลสถานภาพของผู้ใช้บริการ	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
เกษตรกร	70	35.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	66	33.0
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	50	25.0
แม่บ้าน	8	4.0
นักศึกษา	4	2.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2	1.0
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	68	34.0
10,001-20,000 บาท	80	40.0
20,001-30,000 บาท	28	14.0
30,001-40,000 บาท	16	8.0
40,001-50,000 บาท	4	2.0
มากกว่า 50,000 บาท	4	2.0
<b>สถานที่พักอาศัยและทำงาน</b>		
อาศัยและทำงานในเขตอำเภอเมือง	124	62.0
อาศัยและทำงานนอกเขตอำเภอเมือง	76	38.0

### 5.1.2 ลักษณะของสื่อที่ใช้ในการติดต่อขอใช้บริการของลูกค้า

การวิเคราะห์ถึงสื่อที่นำมาให้ลูกค้ารู้จักบริษัทลิสซิ่งที่ตนขอใช้บริการสินเชื่อในตาราง 5.2 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.0 รู้จักบริษัทลิสซิ่งที่ตนขอใช้บริการจากการแนะนำของบุคคล เช่น เพื่อนแนะนำญาติแนะนำ บริษัทผู้ขายรถยนต์แนะนำ รู้จักด้วยตนเองเพราะเคยเป็นพนักงานของบริษัทลิสซิ่งมาก่อน และผู้จัดการแนะนำเป็นต้น ส่วนลูกค้าที่รู้จักผ่านสื่อโฆษณาได้แก่ คลื่นวิทยุ ใบบลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายโฆษณาและ สมุดหน้าเหลือง เป็นต้น มีเพียงร้อยละ 35.0

ตาราง 5.2 แสดงลักษณะการติดต่อขอใช้บริการของลูกค้า

ข้อมูลลักษณะของสื่อที่ใช้ในการติดต่อขอใช้บริการของลูกค้า	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
สื่อตัวบุคคล	130	65.0
เพื่อนแนะนำ	(68)	(34.0)
ญาติแนะนำ	(24)	(8.0)
บริษัทขายรถยนต์	(16)	(12.0)
เคยเป็นพนักงาน	(12)	(5.0)
รู้จักผู้จัดการ	(10)	(6.0)
สื่อการโฆษณา	62	35.0
คลื่นวิทยุ	(30)	(15.0)
ใบบลิว	(16)	(8.0)
ป้ายโฆษณา	(12)	(6.0)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	(10)	(5.0)
สมุดหน้าเหลือง	(2)	(1.0)

### 5.1.3 ประเภทของสินทรัพย์และระยะเวลาที่ถูกค้าขอใช้บริการ

จากผลการศึกษาในตาราง 5.3 พบว่า ผู้ใช้บริการนิยมนำสินทรัพย์ประเภท รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมาทำการเช่าซื้อหรือการจดจำนอง ร้อยละ 65.0 และ รถมอเตอร์ไซด์ ร้อยละ 20.0 และรถบรรทุกร้อยละ 5.0 ส่วนที่เหลือเป็นคอมพิวเตอร์เครื่องไฟฟ้าและอื่นๆ รวมกันร้อยละ 10.0

สำหรับระยะเวลาของการใช้บริการนั้น พบว่า ผู้ใช้บริการนิยมชำระค่างวดระยะเวลาไม่เกิน 36 งวด ร้อยละ 29.0 และใช้ระยะเวลาชำระค่างวด ไม่เกิน 12 งวด ร้อยละ 28.0 ไม่เกิน 24 งวด ร้อยละ 26.0 และไม่เกิน 48 งวด ร้อยละ 17.0

ตาราง 5.3 แสดงประเภทสินทรัพย์และระยะเวลาที่ถูกค้าขอใช้บริการ

ข้อมูลสินทรัพย์และระยะเวลา ที่ถูกค้าขอใช้บริการ	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
<b>สินทรัพย์</b>		
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	130	65.0
มอเตอร์ไซด์	40	20.0
รถบรรทุก	10	5.0
คอมพิวเตอร์	4	2.0
เครื่องใช้ไฟฟ้า	4	2.0
อื่นๆ	12	6.0
<b>จำนวนงวดชำระ</b>		
ไม่เกิน 12 งวด	56	28.0
ไม่เกิน 24 งวด	52	26.0
ไม่เกิน 36 งวด	58	29.0
ไม่เกิน 48 งวด	34	17.0

### 5.1.4 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

การวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการลิสซิ่งของลูกค้า ในตาราง 5.4 พบว่า ลูกค้าร้อยละ 51.0 ไม่เคยจะเลิกใช้บริการของบริษัทลิสซิ่งเดิม มีลูกค้าร้อยละ 49.0 ที่คิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการลิสซิ่งแห่งอื่น สำหรับสาเหตุที่ลูกค้าคิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการลิสซิ่งแห่งอื่น ก็เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางไปชำระเงินค่างวดมากกว่า การคิดอัตราดอกเบี้ยต่ำ และการอนุมัติวงเงินกู้ที่มากกว่า เป็นสำคัญ

ตาราง 5.4 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า	จำนวน (200 ราย)	ร้อยละ
พฤติกรรมการใช้บริการ		
ไม่เคยคิดจะเลิกใช้บริการ	102	51.0
เคยคิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการลิสซิ่งแห่งอื่น	98	49.0
สาเหตุที่อยากเปลี่ยนไปใช้บริการลิสซิ่งแห่งอื่น		
ความสะดวกในการเดินทาง	26	13.0
จ่ายอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า	24	12.0
การอนุมัติวงเงินกู้ที่มากกว่า	15	8.0
พนักงานมีบทบาทด้านมนุษยสัมพันธ์	13	7.0
มีความสัมพันธ์กับที่เครือข่าย	12	6.0
ความเชื่อถือในองค์กร	4	2.0
มีเทคโนโลยีด้านบริการสูง	2	1.0
ให้บริการพิเศษที่เหนือกว่า	2	1.0



## 5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกู้ยืมเงินจากบริษัทลิสซิ่ง

ผู้วิจัยคาดว่าปัจจัยที่น่าจะมีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกู้ยืมเงินจากบริษัทลิสซิ่ง มีอยู่ 5 หมวดปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสถานภาพที่มั่นคงของบริษัทลิสซิ่ง ปัจจัยทางการอนุมัติสินเชื่อของบริษัทลิสซิ่ง ปัจจัยทางด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ปัจจัยทางการให้บริการทั่วไปของบริษัทลิสซิ่ง และ ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของบริษัทลิสซิ่ง

แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 5.5 พบว่า ปัจจัยที่จูงใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกู้ยืมเงินจากบริษัทลิสซิ่ง ซึ่งลูกค้าให้คะแนนรวมของความคิดเห็นสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ การอนุมัติเงินให้กู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การอนุมัติเงินให้ผู้กู้ยืมในเวลารวดเร็วทันใจ ความมั่นคงของบริษัทลิสซิ่ง การให้บริการทั่วไปที่สะดวกรวดเร็วของพนักงานบริษัทลิสซิ่ง และการอนุมัติยอดเงินให้กู้ยืมในวงเงินที่สูง เป็นต้น

ตาราง 5.5 แสดงคะแนนความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกู้ยืมเงิน  
จากบริษัทลิสซิ่ง

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการกู้ยืม จากบริษัทลิสซิ่ง	ระดับคะแนนความคิดเห็น ของลูกค้า					คะแนน รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
<b>ปัจจัยทางด้านสถานภาพของ บริษัทลิสซิ่ง</b>						
1. ความมั่นคงของบริษัท	80	84	34	0	2	839
2. ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ	50	80	38	18	14	721
3. มีการปรับโครงสร้างด้านพัฒนา องค์กรอยู่เสมอ	28	54	84	18	16	640
<b>ปัจจัยทางการอนุมัติสินเชื่อ</b>						
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ	122	42	22	6	8	860
2. การอนุมัติรวดเร็วทันใจ	104	62	40	12	4	844
3. การอนุมัติวงเงินยอจัด(เงินกู้)*	64	64	40	12	0	810
4. การบังคับทำประกันภัยชั้น 1	14	22	70	46	48	478
<b>ปัจจัยทางด้านความสัมพันธ์</b>						
1. ผู้บริหาร / พนักงานสุภาพ น่าเชื่อถือ	40	80	56	18	6	727
2. รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร-พนักงาน	54	40	56	32	38	581

หมายเหตุ ยอดจัด\* หมายถึง ปริมาณเงินกู้

ตาราง 5.5 (ต่อ)

ลักษณะของปัจจัย	ระดับความสำคัญของปัจจัย					คะแนน รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
<b>ปัจจัยทางการให้บริการทั่วไป</b>						
1.ด้านบริการ สะดวก รวดเร็ว	80	86	26	6	2	827
2.มีเทคโนโลยีให้บริการที่ทันสมัย	28	78	62	22	10	679
3.การให้บริการชำระเงินผ่าน ธนาคาร สะดวก รวดเร็ว	52	54	36	42	16	676
4.มีสาขาที่ให้บริการมากมาย	28	68	52	32	20	634
5.การชำระเงินโดยชำระผ่านบัตร เครดิต	24	38	46	44	48	516
6.การชำระเงินโดยให้เจ้าหน้าที่เรียก เก็บเช่น เก็บเงินที่บ้าน	22	26	62	42	48	508
<b>ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง</b>						
1.ทำเลที่ตั้งบริษัทลิสซิ่งใกล้ที่พัก	36	72	54	26	12	680
2.สถานที่ทำงาน โอโซน สะอาดเป็น ระเบียบ บรรยากาศดี	24	66	82	20	8	668
3.ทำเลที่ตั้งบริษัทลิสซิ่งใกล้ที่ทำงาน	24	78	68	26	4	666
4.สถานที่จอดรถกว้างขวาง มียาม ดูแลความปลอดภัย	28	44	72	32	24	602

### 5.3 ความพึงพอใจบริษัทลิสซิ่ง และ ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลในตาราง 5.6 ซึ่งให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 76.0 มีความพึงพอใจบริการของลิสซิ่งที่ตนใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการให้บริการที่ดีและการมีอัตราดอกเบี้ยที่ดีของพนักงานเป็นสำคัญ สำหรับลูกค้าที่ไม่พึงพอใจบริการของบริษัทลิสซิ่งมีเพียงร้อยละ 13.0 เพราะเห็นว่าพนักงานของบริษัทลิสซิ่งให้บริการที่ไม่ดีและการคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงเกินไป ส่วนลูกค้าที่ไม่แสดงความคิดเห็นมีร้อยละ 21.0

นอกจากนั้นลูกค้าของบริษัทลิสซิ่งยังเสนอแนะให้มีการปรับปรุงการให้บริการใน 3 ประเด็น ด้วยกัน คือการปรับลดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำลง การพัฒนาการให้บริการที่ดีขึ้น และการอนุมัติวงเงินให้สูงขึ้น ตามลำดับ

ตาราง 5.7 แสดงความพึงพอใจบริษัทลิสซิ่งและข้อเสนอแนะของลูกค้า

ข้อมูลความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะของลูกค้า	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
ความพึงพอใจ	132	76.0
(1) บริการทั่วไปดี	(52)	(26.0)
(2) พนักงานอัตราดอกเบี้ยดี	(20)	(10.0)
(3) ดอกเบี้ยต่ำ	(18)	(9.0)
(4) วงเงินกู้สูง	(16)	(8.0)
(5) อนุมัติรวดเร็ว	(14)	(7.0)
(6) ไปมาสะดวก	(6)	(3.0)
(7) ความมั่นคงของบริษัท	(4)	(2.0)

ตาราง 5.6 (ต่อ)

ข้อมูลความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะของลูกค้า	จำนวน (200 คน)	ร้อยละ
ความไม่พึงพอใจ	26	13.0
(1) การบริการทั่วไปไม่ดี	(10)	(5.0)
(2) ดอกเบี้ยสูงเกินไป	(8)	(4.0)
(3) เร่งรัดหนี้สินมาก	(4)	(2.0)
(4) พนักงานไม่สุภาพ	(2)	(1.0)
ไม่แสดงความคิดเห็น	42	21.0
ข้อเสนอแนะ	122	61.0
1. ปรับอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำ	(58)	(29.0)
2. พัฒนาการบริการ	(22)	(11.0)
3. ให้วงเงินสูงกว่านี้	(18)	(9.0)
4. สร้างความน่าเชื่อถือ	(8)	(4.0)
5. เพิ่มการให้บริการ	(6)	(3.0)
6. ให้เกียรติลูกค้า	(4)	(2.0)
7. ปรับปรุงค่าบริการ	(2)	(1.0)
8. ผ่อนชำระนาน ๆ	(2)	(1.0)
9. ลดเงื่อนไขอื่น ๆ	(2)	(1.0)
ไม่มีข้อเสนอแนะ	78	39.0