

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) นำเสนอในตารางที่ 4.1 – 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	181	60.3
หญิง	119	39.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

เพศ

ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คือ คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 20 ปี	-	-
อายุ 21 – 25 ปี	9	3.0
อายุ 26 – 30 ปี	52	17.3
อายุ 31 – 35 ปี	125	41.7
อายุ 36 – 40 ปี	66	22.0
อายุ 41 – 45 ปี	32	10.7
อายุ 46 – 50 ปี	12	4.0
อายุ 51 – 55 ปี	4	1.3
อายุ 56 – 60 ปี	-	-
อายุมากกว่า 60 ปี	-	-
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

อายุ

ช่วงอายุที่ผู้ใช้บริการมีจำนวนมากที่สุด คือ อายุ 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 ช่วงอายุ 41 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.7 ช่วงอายุ 46 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 ช่วงอายุ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.0 และช่วงอายุของผู้ใช้บริการที่มีจำนวนน้อยที่สุด คืออายุ 51 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.3 และช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้บริการเลยคืออายุน้อยกว่า 20 ปี อายุ 56 – 60 ปี และมากกว่า 60 ปี ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	98	32.7
สมรส	172	57.3
หม้าย (คู่สมรสเสียชีวิต)	14	4.7
หย่า / แยกกันอยู่	16	5.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

สถานภาพการสมรส

ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 32.7 มีสถานภาพหย่า / แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 5.3 และมีสถานภาพเป็นหม้าย (คู่สมรสเสียชีวิต) คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	11	3.7
มัธยมศึกษา/ปวช.	17	5.7
อนุปริญญา/ปวส.	24	8.0
ปริญญาตรี	182	60.7
ปริญญาโท	59	19.7
ปริญญาเอก	7	2.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ระดับการศึกษา

ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 19.7 ระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 8 ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 5.7 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.7 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	11.0
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	115	38.3
รับจ้างทั่วไป	16	5.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	95	31.7
อื่นๆ	41	13.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

อาชีพ

ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 31.7 อาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.7 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.0 และอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,001 บาท	5	1.7
10,001 – 20,000 บาท	87	29.0
20,001 – 30,000 บาท	103	34.3
30,001 – 40,000 บาท	51	17.0
40,001 – 50,000 บาท	21	7.0
50,001 – 60,000 บาท	13	4.3
70,001 – 80,000 บาท	9	3.0
90,001 – 100,000 บาท	7	2.3
มากกว่า 100,000 บาท	4	1.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้ต่อเดือน

ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 – 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 90,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.7 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ

ผลการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ประกอบด้วย การเคยใช้/ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ข้อมูลบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อ ชื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการบริการและมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลางวดการชำระเงินที่ต้องการ ความพึงพอใจในการบริการ นำเสนอในตารางที่ 4.7–4.17 ดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลการเคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลการเคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	264	88.0
ไม่เคย	36	12.0
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

การเคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ส่วนใหญ่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 88.0 และไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.8 แสดงบริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ

บริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บมจ. ธนาคารธนชาต	97	36.7
บจก. กสิกรลิสซิ่ง	23	8.7
บมจ. ธนาคารทีสโก้	34	12.8
บจก. จีอีแคปิตอล ออโต้ลิส	34	12.8
บมจ. เงินทุนสินอุตสาหกรรม	22	8.3
บมจ. ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง	29	10.9
บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง	31	11.7
บมจ. อยูรญาแคปิตอล ออโต้ลิส	25	9.4
บจก. อีซูซูลิสซิ่ง	21	7.9
บมจ. ธนาคารเกียรตินาคิน	24	9.1
บจก. ฮอนด้าลิสซิ่ง	22	8.3
บจก. นัมมี่เส็งลิสซิ่ง	24	9.1
บจก. ฟอร์ดลิสซิ่ง	21	7.9
บจก. มิตรสินค่วน	24	9.1
บจก. สินปราชญ์ลิสซิ่ง	21	7.9
บจก. อินทลิสซิ่ง	23	8.7
บจก. ทวีเฮงลิสซิ่ง	18	6.8
บจก. แม่วังลิสซิ่ง	9	3.4
อื่นๆ	23	8.7

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสินเชื่อบริการรถยนต์จากรายการที่ 4.7 จำนวน 264 คน (และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริษัทสินเชื่อบริการรถยนต์ที่เคยใช้บริการ

ส่วนใหญ่เคยใช้บริการจากบมจ. ธนาคารธนชาตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ บมจ.ธนาคารทีสโก้และบจก.จีอีแคปิตอล ออโต้ลิส มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.8 บจก. โตโยต้าลิสซิ่ง คิดเป็นร้อยละ 11.7 บมจ.ไทยพาณิชย์ลิสซิ่ง คิดเป็นร้อยละ 10.9 บมจ.อยูรญาแคปิตอล ออโต้ลิส คิดเป็นร้อยละ 9.4 บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน บจก.นัมมี่เส็งลิสซิ่ง และบจก. มิตรสินค่วน มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.1 บจก.กสิกรลิสซิ่ง บจก.อินทลิสซิ่ง และบริษัทอื่นๆ มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.7 บมจ.เงินทุนสินอุตสาหกรรม และบจก.ฮอนด้าลิสซิ่ง

มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 บจก.อีซูซุ ลิสซิ่ง บจก.ฟอร์ดลิสซิ่ง และบจก.สินปราณลิสซิ่ง มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.9 บจก.ทวิเฮงลิสซิ่ง คิดเป็นร้อยละ 6.8 และบจก.แม่วังลิสซิ่ง คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลยี่ห้อรถที่ซื้อและนำมาให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง

ยี่ห้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เบนซ์	3	1.0
BMW	5	1.7
โตโยต้า	93	31.0
ฮอนด้า	81	27.0
อีซูซุ	61	20.3
นิสสัน	10	3.3
มิตซูบิชิ	19	6.3
ฟอร์ด	12	4.0
อื่นๆ	16	5.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ

ส่วนใหญ่เป็นรถยี่ห้อโตโยต้า คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ ฮอนด้า คิดเป็นร้อยละ 27.0 อีซูซุ คิดเป็นร้อยละ 20.3 มิตซูบิชิ คิดเป็นร้อยละ 6.3 ยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ฟอร์ด คิดเป็นร้อยละ 4.0 นิสสัน คิดเป็นร้อยละ 3.3 BMW คิดเป็นร้อยละ 1.7 และเบนซ์ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.10 แสดงพฤติกรรมกรหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างก่อนใช้บริการ

พฤติกรรมกรหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการหาข้อมูลเลย	18	6.0
มีการหาข้อมูลบ้าง	211	70.3
มีการหาข้อมูลโดยละเอียด	71	23.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

พฤติกรรมกรหาข้อมูลจากสื่อโฆษณา

ส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลบ้าง คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือมีการหาข้อมูลโดยละเอียด คิดเป็นร้อยละ 23.7 และไม่มีการหาข้อมูลเลย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.11 แสดงสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริษัทสินเชื่อบุคคล

ลักษณะของสื่อที่ใช้โฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
บุคคล (เพื่อน/คนใกล้ชิด/ครอบครัว)	28	9.3
ชื่อเสียงของบริษัท	93	31.0
คลื่นวิทยุ/โทรทัศน์	14	4.7
พนักงานของบริษัท	121	40.3
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	6	2.0
ใบปลิว	11	3.7
ป้ายคัทเอ้าท์	10	3.3
อื่นๆ	17	5.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ลักษณะของสื่อที่ใช้โฆษณา

ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือชื่อเสียงของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.0 บุคคล (เพื่อน/คนใกล้ชิด/ครอบครัว) คิดเป็นร้อยละ 9.3 สื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.7 คลื่นวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 4.7 ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 3.7 ป้ายคัทเอ้าท์ คิดเป็นร้อยละ 3.3 และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.12 แสดงเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทของธนาคารชนชาติ จำกัด
(มหาชน)

เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการธนาคารชนชาติ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว	81	27.0
ความน่าเชื่อถือของธนาคาร	145	48.3
ความสะดวกในการมาใช้บริการ	119	39.7
จ่ายอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ	130	43.3
ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อต่ำกว่า	45	15.0
ระเบียบและเงื่อนไขในการขอสินเชื่อ	78	26.0
ยุ่งยากน้อยกว่า		
สถานที่สะดวกในการติดต่อและส่งชำระ เงินกู้สะดวกกว่า	51	17.0
การให้บริการของพนักงานดี	43	14.3
มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ	39	13.0
อื่น ๆ	22	7.3

ที่มา: จากการสำรวจ

เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการธนาคารชนชาติ

ส่วนใหญ่มาจากความน่าเชื่อถือของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือจ่ายอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 43.3 ความสะดวกในการมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 39.7 เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 27.0 ระเบียบและเงื่อนไขในการขอสินเชื่อยุ่งยากน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 26.0 สถานที่สะดวกในการติดต่อ และส่งชำระเงินกู้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 17.0 ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 15.0 การให้บริการของพนักงานดี คิดเป็นร้อยละ 14.3 มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.13 แสดงวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน)

วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,001 บาท	7	2.3
200,001 – 400,000 บาท	59	19.7
400,001 – 600,000 บาท	111	37.0
600,001 – 800,000 บาท	86	28.7
800,001 – 1,000,000 บาท	20	6.7
1,000,001 – 1,200,000 บาท	13	4.3
1,200,001 – 1,400,000 บาท	4	1.3
1,400,001 – 1,600,000 บาท	-	-
1,600,001 – 1,800,000 บาท	-	-
1,800,001 – 2,000,000 บาท	-	-
2,000,001 บาทขึ้นไป	-	-
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ

ส่วนใหญ่มียวงเงินที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อ คือ 400,001 – 600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือวงเงิน 600,001 – 800,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.7 วงเงิน 200,001 – 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.7 วงเงิน 800,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7 วงเงิน 1,000,001 – 1,200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.3 วงเงินน้อยกว่า 200,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.3 วงเงิน 1,200,001 – 1,400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.3 และวงเงินสินเชื่อที่ไม่ได้รับการใช้บริการจากผู้ตอบแบบสอบถาม คือ วงเงิน 1,400,001 – 1,600,000 บาท วงเงิน 1,600,001 – 1,800,000 บาท วงเงิน 1,800,001 – 2,000,000 บาท และวงเงิน 2,000,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.14 แสดงระยะเวลางวดการชำระเงินที่ได้รับ

ระยะเวลางวดการชำระเงินที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
6 งวด	-	-
12 งวด	-	-
18 งวด	-	-
24 งวด	3	1.0
30 งวด	7	2.3
36 งวด	5	1.7
42 งวด	11	3.7
48 งวด	31	10.3
54 งวด	21	7.0
60 งวด	36	12.0
66 งวด	18	6.0
72 งวด	85	28.3
78 งวด	28	9.3
84 งวด	55	18.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ระยะเวลางวดการชำระเงินที่ได้รับ

ส่วนใหญ่มีระยะเวลางวดการชำระเงินที่ต้องชำระคือ 72 งวด คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาคือระยะเวลา 84 งวด คิดเป็นร้อยละ 18.3 ระยะเวลา 60 งวด คิดเป็นร้อยละ 12.0 ระยะเวลา 48 งวด คิดเป็นร้อยละ 10.3 ระยะเวลา 78 งวด คิดเป็นร้อยละ 9.3 ระยะเวลา 54 งวด คิดเป็นร้อยละ 7.0 ระยะเวลา 66 งวด คิดเป็นร้อยละ 6.0 ระยะเวลา 42 งวด คิดเป็นร้อยละ 3.7 ระยะเวลา 30 งวด คิดเป็นร้อยละ 2.3 ระยะเวลา 36 งวด คิดเป็นร้อยละ 1.7 ระยะเวลา 24 งวด คิดเป็นร้อยละ 1.0 และระยะเวลาที่ไม่ได้รับการใช้บริการจากผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ระยะเวลา 6 งวด 12 งวด และ 18 งวดตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.15 แสดงความสามารถในการส่งชำระค่างวดตามเงื่อนไข

ความสามารถในการส่งชำระ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งชำระได้ตามเงื่อนไข	285	95.0
ไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข	14	4.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ความสามารถในการส่งชำระ

ส่วนใหญ่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 95.0 และไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไข คิดเป็นร้อยละ 4.7 ซึ่งการที่ไม่สามารถส่งชำระได้ตามเงื่อนไขนั้น เนื่องจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ คือน้ำมันมีราคาแพงขึ้น ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาแพงขึ้นด้วย ทำให้รายได้ไม่สัมพันธ์กับรายจ่าย เป็นต้น (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.16 แสดงความพึงพอใจในการให้บริการ

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าที่คาดหวัง (พึงพอใจมาก)	41	13.7
ตรงกับที่คาดหวัง (พึงพอใจ)	243	81.0
ต่ำกว่าที่คาดหวัง (ไม่พึงพอใจ)	16	5.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ความพึงพอใจในการให้บริการ

ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการตรงกับที่คาดหวัง คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือมีความพึงพอใจมากในการให้บริการสูงกว่าที่คาดหวัง คิดเป็นร้อยละ 13.7 และไม่พึงพอใจในการให้บริการซึ่งต่ำกว่าที่คาดหวัง คิดเป็นร้อยละ 5.3 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.17 แสดงการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ

การแนะนำให้มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	271	90.3
ไม่แนะนำ	29	9.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

การแนะนำให้มาใช้บริการ

ส่วนใหญ่มีการแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 90.3 และไม่นำแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.7 โดยส่วนหนึ่งให้เหตุผลว่าอยากให้เพื่อนหรือคนรู้จักได้เลือกและพิจารณาบริษัทเข้าซื้อด้วยตัวเองจะดีกว่าฟังจากคำบอกกล่าวจากคนอื่น ๆ (ตารางที่ 4.17)

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.18 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร

ปัจจัยด้าน สถานภาพของธนาคาร	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ชื่อเสียงของผู้บริหาร นำเชื่อถือ	44 (14.7)	135 (45.0)	85 (28.3)	28 (9.3)	8 (2.7)	3.60	มาก
2. ความมั่นคงของธนาคาร	184 (61.3)	88 (29.3)	27 (9.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.52	มากที่สุด
3. มีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ	53 (17.7)	135 (45.0)	92 (30.7)	20 (6.7)	0 (0.0)	3.74	มาก
4. การมีส่วนร่วมกับสังคม	15 (5.0)	63 (21.0)	126 (42.0)	69 (23.0)	27 (9.0)	2.90	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ความมั่นคงของธนาคารมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา คือ มีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 3.74 ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.60 และการมีส่วนร่วมกับสังคม มีระดับค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ ด้านสถานภาพเป็นเรื่องของภาพลักษณ์ของบริษัทที่ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับความมั่นคงของบริษัท ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจอย่างหนึ่งของลูกค้า ตามโมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค และเรื่องการมีส่วนร่วมกับสังคมเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ เพราะธุรกิจจะเติบโตได้ก็ต้องอาศัยสังคมเป็นตัวโอบอุ้ม โดยเฉพาะการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอัตราดอกเบี้ยบุคคลภายนอกอาจมองว่าเป็นการเอาเปรียบสังคม ควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม โดยการคืนกำไรให้กับสังคมมากขึ้น (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.19 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านการให้บริการ	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ด้านบริการ สะดวก รวดเร็ว	118 (39.3)	104 (34.7)	75 (25.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	4.12	มาก
2. มีสาขาที่ให้บริการมากมาย	114 (38.0)	100 (33.3)	72 (24.0)	6 (2.0)	8 (2.7)	4.02	มาก
3. มีเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย	51 (17.0)	134 (44.7)	79 (26.3)	32 (10.7)	4 (1.3)	3.65	มาก
4. มีที่นั่งรอเพียงพอ	4 (1.3)	63 (21.0)	140 (46.7)	63 (21.0)	30 (10.0)	2.83	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า การให้บริการ สะดวกรวดเร็วมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ มีสาขาที่ให้บริการมากมาย มีระดับค่าเฉลี่ย 4.02 มีเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย มีระดับค่าเฉลี่ย 3.65 และมีที่นั่งรอเพียงพอ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.83 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.20 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก, ที่ทำงาน	97 (32.3)	97 (32.3)	96 (32.0)	8 (2.7)	2 (0.7)	3.93	มาก
2. สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	75 (25.0)	147 (49.0)	67 (22.3)	11 (3.7)	0 (0.0)	3.95	มาก
3. สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ	46 (15.3)	97 (32.3)	114 (38.0)	38 (12.7)	5 (1.7)	3.47	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า สถานที่จอดรถสะดวก, เพียงพอ มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก, ที่ทำงาน มีระดับค่าเฉลี่ย 3.93 และสถานที่สะอาด เป็นระเบียบ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.21 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ

ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. อัตราดอกเบี้ยต่ำ	148 (49.3)	90 (30.0)	60 (20.0)	0 (0.0)	2 (0.7)	4.27	มาก
2. ความรวดเร็วในการอนุมัติ และแจ้งผล	95 (31.7)	146 (48.7)	50 (16.7)	9 (3.0)	0 (0.0)	4.09	มาก
3. ความรวดเร็วในการทำ นิติกรรมสัญญา	66 (22.0)	117 (39.0)	94 (31.3)	20 (6.7)	3 (1.0)	3.74	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า อัตราดอกเบี้ยต่ำมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการอนุมัติและแจ้งผล มีระดับค่าเฉลี่ย 4.09 และความรวดเร็วในการทำนิติกรรมสัญญา มีระดับค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.22 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. การประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	47 (15.7)	102 (34.0)	129 (43.0)	22 (7.3)	0 (0.0)	3.58	มาก
2. การติดป้ายโฆษณาหน้าอาคารสำนักงาน	26 (8.7)	84 (28.0)	151 (50.3)	32 (10.7)	7 (2.3)	3.30	ปานกลาง
3. มีการส่งเสริมการตลาด เช่น แจก แกรม การชิงโชคกับโครงการผ่อนรถ	47 (15.7)	66 (22.0)	135 (45.0)	43 (14.3)	9 (3.0)	3.33	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการตลาดของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการตลาด เช่น แจก แกรม การชิงโชคกับโครงการผ่อนรถ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.33 และการติดป้ายโฆษณาหน้าอาคารสำนักงาน มีระดับค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.23 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี	83 (27.7)	120 (40.0)	88 (29.3)	9 (3.0)	0 (0.0)	3.92	มาก
2. พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น	99 (33.0)	132 (44.0)	64 (21.3)	5 (1.7)	0 (0.0)	4.08	มาก
3. พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ	114 (38.0)	121 (40.3)	61 (20.3)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.15	มาก
4. พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้	72 (24.0)	128 (42.7)	80 (26.7)	18 (6.0)	2 (0.7)	3.83	มาก
5. พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง	43 (14.3)	118 (39.3)	78 (26.0)	47 (15.7)	14 (4.7)	3.43	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น มีระดับค่าเฉลี่ย 4.08 พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี มีระดับค่าเฉลี่ย 3.92 พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.83 และพนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง มีระดับค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23)

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ว่าวงเงินสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์ที่ได้รับอนุมัติมีความสัมพันธ์หรือไม่กับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์ โดยจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งจะทำการทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-square test) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการศึกษา วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย พบว่าวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์ โดยมีค่า χ^2 ที่คำนวณได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อ เข้าซื้อรถยนต์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ							รวม	χ^2 (sig.)
	น้อยกว่า 200,001	200,001 – 400,000	400,001 – 600,000	600,001 – 800,000	800,001 – 1,000,000	1,000,001 –	1,200,001 –		
เพศ									
ชาย	2	31	60	60	16	9	3	181	df = 6
หญิง	5	28	51	26	4	4	1	119	13.496
รวม	7	59	111	86	20	13	4	300	(0.036)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้บริการสินเชื่อ เช่าซื้อรถยนต์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ							รวม	χ^2 (sig.)
	น้อยกว่า 200,001	200,001 - 400,000	400,001 - 600,000	600,001 - 800,000	800,001 - 1,000,000	1,000,001 - 1,200,000	1,200,001 - 1,400,000		
อายุ									
21 - 25 ปี	0	2	5	0	1	1	0	9	df = 36
26 - 30 ปี	2	18	17	12	2	1	0	52	54.049
31 - 35 ปี	2	25	52	39	5	1	1	125	(0.027)
36 - 40 ปี	1	6	23	20	7	7	2	66	
41 - 45 ปี	2	4	10	9	3	3	1	32	
46 - 50 ปี	0	1	3	6	2	0	0	12	
51 - 55 ปี	0	3	1	0	0	0	0	4	
รวม	7	59	111	86	20	13	4	300	
สถานภาพ									
โสด	2	25	26	38	3	3	1	98	df = 18
สมรส	5	24	75	43	12	10	3	172	29.666
หม้าย (คู่สมรสเสียชีวิต)	0	4	5	3	2	0	0	14	(0.041)
หย่า / แยกกันอยู่	0	6	5	2	3	0	0	16	
รวม	7	59	111	86	20	13	4	300	
ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	0	0	7	4	0	0	0	11	df = 30
มัธยมศึกษา/ปวช.	1	3	7	6	0	0	0	17	78.952
อนุปริญญา/ปวส.	2	6	9	6	0	1	0	24	(0.000)
ปริญญาตรี	4	42	71	49	7	8	1	182	
ปริญญาโท	0	7	16	19	13	1	3	59	
ปริญญาเอก	0	1	1	2	0	3	0	7	
รวม	7	59	111	86	20	13	4	300	

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้บริการสินเชื่อ เข้าซื้อรถยนต์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ							รวม	χ^2 (sig.)
	น้อยกว่า 200,001	200,001 - 400,000	400,001 - 600,000	600,001 - 800,000	800,001 - 1,000,000	1,000,001 - 1,200,000	1,200,001 - 1,400,000		
อาชีพ									
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	4	14	10	3	0	0	33	df = 24 49.733 (0.002)
พนักงานบริษัท / ห้างร้านเอกชน	3	36	40	23	8	3	2	115	
รับจ้างทั่วไป	0	4	8	1	0	3	0	16	
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	11	29	37	8	7	2	95	
อื่นๆ	1	4	20	15	1	0	0	41	
รวม	7	59	111	86	20	13	4	300	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)									
น้อยกว่า 10,000	0	5	0	0	0	0	0	5	df = 48 103.766 (0.000)
10,001 - 20,000	6	27	35	15	3	1	0	87	
20,001 - 30,000	1	12	44	34	6	4	2	103	
30,001 - 40,000	0	8	19	17	5	2	0	51	
40,001 - 50,000	0	2	8	8	1	1	1	21	
50,001 - 60,000	0	2	2	4	1	3	1	13	
70,001 - 80,000	0	0	2	4	1	2	0	9	
90,001 - 100,000	0	1	1	4	1	0	0	7	
มากกว่า 100,000	0	2	0	0	2	0	0	4	
รวม	7	59	111	86	20	13	4	300	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะได้แยกปัญหาออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 4.25 – 4.31 ดังนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	9 (3.0)	26 (8.7)	112 (37.3)	109 (36.3)	44 (14.7)	2.49	น้อย
2. ระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป	7 (2.3)	19 (6.3)	106 (35.4)	144 (48.0)	24 (8.0)	2.47	น้อย
3. ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มากเกินไป	43 (14.3)	55 (18.3)	125 (41.7)	62 (20.7)	15 (5.0)	3.16	ปานกลาง
4. ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ	- (-)	5 (1.7)	20 (6.7)	89 (29.6)	186 (62.0)	1.48	น้อยที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มากเกินไปมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 3.16 รองลงมาคือ วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.49 ระยะเวลาการให้กู้สั้นเกินไป มีระดับค่าเฉลี่ย 2.47 และภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารไม่น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 1.48 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.26 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. อัตราดอกเบี้ยสูง	5 (1.7)	8 (2.7)	141 (47.0)	114 (38.0)	32 (10.6)	2.47	น้อย
2. ค่าธรรมเนียมในการ ขอสินเชื่อสูง	4 (1.3)	15 (5.0)	119 (39.7)	130 (43.3)	32 (10.7)	2.43	น้อย
3. เงินค่างวดผ่อนชำระสูง	13 (4.3)	47 (15.7)	115 (38.3)	95 (31.7)	30 (10.0)	2.73	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านราคาของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาเงินค่างวดผ่อนชำระสูงมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.73 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยสูง โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.47 และค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อสูง มีระดับค่าเฉลี่ย 2.43 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.27 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. จำนวนของสาขาที่ให้ บริการมีไม่เพียงพอ	9 (3.0)	48 (16.0)	88 (29.3)	113 (37.7)	42 (14.0)	2.56	น้อย
2. ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ไม่สะดวกต่อการติดต่อ	3 (1.0)	11 (3.7)	106 (35.3)	137 (45.7)	43 (14.3)	2.31	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาจำนวนของสาขาที่ให้บริการมีไม่เพียงพอมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.56 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่อ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.31 (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.28 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์น้อย	3 (1.0)	45 (15.0)	161 (53.7)	61 (20.3)	30 (10.0)	2.77	ปานกลาง
2. พนักงานไม่ชี้แจง รายละเอียดให้เข้าใจ	7 (2.3)	38 (12.7)	111 (37.0)	120 (40.0)	24 (8.0)	2.61	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์น้อยมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.77 รองลงมาคือ พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.61 (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.29 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. การแต่งกาย บุคลิกภาพของ พนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย	- (-)	7 (2.3)	98 (32.7)	136 (45.3)	59 (19.7)	2.18	น้อย
2. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดี ไม่มีความเต็มใจในการ ให้บริการ	3 (1.0)	15 (5.0)	102 (34.0)	144 (48.0)	36 (12.0)	2.35	น้อย
3. พนักงานไม่มีทักษะและ ไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน	22 (7.3)	13 (4.3)	115 (38.3)	89 (29.7)	61 (20.3)	2.49	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาพนักงานไม่มีทักษะและไม่มีประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.49 รองลงมาคือ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่มีความเต็มใจในการให้บริการ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.35 และการแต่งกาย บุคลิกภาพของพนักงานไม่สุภาพเรียบร้อย โดยมีระดับค่าเฉลี่ย คือ 2.18 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.30 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้าน ลักษณะทางกายภาพ	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. สถานที่ไม่สะอาด ไม่ทันสมัย	- (-)	4 (1.3)	13 (4.3)	102 (34.0)	181 (60.4)	1.47	น้อยที่สุด
2. อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ไม่ทันสมัย	3 (1.0)	8 (2.7)	101 (33.3)	152 (51.0)	36 (12.0)	2.30	น้อย
3. ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในอาคาร เช่น เครื่อง บริการน้ำดื่ม แก้อิฐนึ่งพัก	- (-)	9 (3.0)	90 (30.0)	119 (39.7)	82 (27.3)	2.10	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพของอาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานไม่ทันสมัยมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.30 รองลงมาคือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม แก้อิฐนึ่งพัก มีระดับค่าเฉลี่ย 2.10 และสถานที่ไม่สะอาดไม่ทันสมัย มีระดับค่าเฉลี่ยคือ 1.47 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ระเบียบ ขั้นตอนในการ อนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก	21 (7.0)	39 (13.0)	125 (41.7)	67 (22.3)	48 (16.0)	2.73	ปานกลาง
2. ระยะเวลาในการอนุมัติ สินเชื่อนาน	3 (1.0)	40 (13.3)	113 (37.7)	120 (40.0)	24 (8.0)	2.59	ปานกลาง
3. ระบบงานขาดความถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ	6 (2.0)	9 (3.0)	90 (30.0)	120 (40.0)	75 (25.0)	2.17	น้อย

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการของอาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยากมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.73 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อนาน มีระดับค่าเฉลี่ย 2.59 และระบบงานขาดความถูกต้อง ไม่น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.17 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.31)