

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ได้ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภายหลังการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์และโปรแกรม SPSS สามารถแปลผลโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 ถึง ตารางที่ 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์(ตารางที่ 7 ถึงตารางที่ 17)

ส่วนที่ 3 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ประการ ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการกระบวนกรให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 18 ถึงตารางที่ 24)

ส่วนที่ 4 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ประการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการกระบวนกรให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 25 ถึงตารางที่ 31)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงบริการ(ตารางที่ 32 ถึงตารางที่ 44)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	169	49.71
หญิง	171	50.29
รวม	340	100.00

ตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.29 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.71

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 26	51	15.00
26 - 35	124	36.47
36 - 45	72	21.18
46 - 55	93	27.35
รวม	340	100.00

ตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 26-35 ปี มากที่สุดร้อยละ 36.47 รองลงมาได้แก่ อายุ 46-55 ปี ร้อยละ 27.35 อายุ 36-45 ปี ร้อยละ 21.18 และอายุต่ำกว่า 26 ปี ร้อยละ 15.00

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	125	36.76
สมรส	215	63.24
รวม	340	100.00

ตารางที่ 4 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานภาพการสมรส พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 63.24 และมีสถานภาพโสด ร้อยละ 36.76

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	48	14.12
มัธยมศึกษาตอนปลาย	48	14.12
อนุปริญญา/ปวส.	51	15.00
ปริญญาตรี	169	49.71
สูงกว่าปริญญาตรี	24	7.05
รวม	340	100.00

ตารางที่ 5 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษา พบว่าจบการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 49.71 รองลงมาได้แก่จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 15.00 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 14.12 จบการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 14.12 และจบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 7.05

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
5,001 – 10,000	97	28.53
10,001 – 15,000	79	23.23
15,001 – 20,000	46	13.53
20,001 – 25,000	47	13.82
25,001 – 30,000	50	14.71
มากกว่า 30,000	21	6.18
รวม	340	100.00

ตารางที่ 6 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถาม ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 -10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 28.53 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 23.23 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาทร้อยละ 14.71 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ13.82 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาทร้อยละ 13.53 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 6.18

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสภาพรถยนต์

สภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มือหนึ่ง (รถใหม่)	94	27.65
มือสอง (รถเก่า)	246	72.35
รวม	340	100.00

ตารางที่ 7 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามสภาพรถยนต์ พบว่า รถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเช่าซื้อส่วนใหญ่ เป็นรถมือสอง ร้อยละ 72.35 และเป็นรถมือหนึ่งร้อยละ 27.65

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	220	64.71
2 ครั้ง	97	28.53
3 ครั้ง	-	0.00
มากกว่า 3 ครั้ง	23	6.76
รวม	340	100.00

ตารางที่ 8 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่มีผู้ใช้บริการครั้งเดียวร้อยละ 64.71 รองลงมาคือใช้บริการ 2 ครั้งร้อยละ 28.53 และมากกว่า 3 ครั้งร้อยละ 6.76

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ตั้งของผู้ให้บริการ  
สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ที่เคยใช้หรือกำลังใช้บริการ

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
ลำพูน	173	50.88
เชียงใหม่	211	62.06

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 9 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามที่ตั้งของผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่า  
ซื้อรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้หรือกำลังใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่  
เป็นผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 62.06 และเป็นผู้ที่ใช้  
หรือเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการที่อยู่ในจังหวัดลำพูน ร้อยละ 50.88

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการจาก  
ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

ผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
อินทริสซิงกรุ๊ป	48	14.12
นิ่มซี่เส็งลิสซิง	25	7.35
ทรัพย์สินปราณีลำพูน	24	7.06
ใจกว้างลิสซิง	23	6.76
วีระลิสซิง	23	6.76
ภาคาลิสซิง	24	7.06
พัฒนสินลิสซิง	27	7.94
นิยมพานิช	25	7.35
ลำพูนสินอารีย์	23	6.76
จีอี แคปิตอล ออโต้ลิส	44	12.94
เกียรตินาคิน	91	26.76
ธนโชคลิสซิง	25	7.35

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 10 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามการใช้บริการจากผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า มีผู้ใช้บริการจากเกียรตินาคินมากที่สุด ร้อยละ 26.76 รองลงมาคือใช้บริการจาก อินทริสซิ่ง กรุ๊ป ร้อยละ 14.12 ใช้บริการจากจีอี แคปิตอล ออ ไดลิส ร้อยละ 12.94 ใช้บริการจากพัฒนาสินลิซซิ่ง ร้อยละ 7.94 ใช้บริการจากนิ่มซี่เส็งลิซซิ่ง นิยมพานิช และธนโชค ลิซซิ่ง ร้อยละ 7.35 เท่ากัน ใช้บริการจากภาคาลิซซิ่งและทรัพย์สินปราชญ์ลำพูน ร้อยละ 7.06 เท่ากัน ใช้บริการจาก ใจกว้างลิซซิ่ง วีระลิซซิ่ง และลำพูนสินอารีย์ ร้อยละ 6.8 เท่ากัน

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

บุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	243	71.47
บุคคลในครอบครัว	25	7.35
พนักงานขาย	44	12.94
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	28	8.24
รวม	340	100.00

ตารางที่ 11 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถาม ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 71.47 รองลงมาคือพนักงานขาย ร้อยละ 12.94 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 8.24 และบุคคลในครอบครัวร้อยละ 7.35

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	73	21.47
โทรทัศน์	45	13.23
หนังสือพิมพ์	50	14.71
ป้ายหน้าร้าน	75	22.06
โปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ	21	6.18
ใบปลิว นามบัตร	76	22.35
รวม	340	100.00

จากตารางที่ 12 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพบว่า ใบปลิว นามบัตรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 22.35 รองลงมาได้แก่ ป้ายหน้าร้านร้อยละ 22.06 วิทยุร้อยละ 21.47 หนังสือพิมพ์ร้อยละ 14.71 โทรทัศน์ร้อยละ 13.23 และโปสเตอร์ตามสถานที่ต่างๆ ร้อยละ 6.18

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอัตราดอกเบี้ยที่ชำระ

อัตราดอกเบี้ย (ต่อปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 7%	36	10.59
7 – 9%	36	10.59
10 – 12%	105	30.88
13 – 15%	59	17.35
16 – 18%	104	30.59
รวม	340	100.0

ตารางที่ 13 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามอัตราดอกเบี้ยที่ชำระพบว่าผู้มีที่ชำระดอกเบี้ยในอัตรา 10-12 % มากที่สุด ร้อยละ 30.88 รองลงมาคือชำระดอกเบี้ยในอัตรา 16-18% ร้อยละ 30.59 ชำระดอกเบี้ยในอัตรา 13-15% ร้อยละ 17.35 ชำระดอกเบี้ยในอัตรา 7-9 % และอัตราต่ำกว่า 7 % ร้อยละ 10.59 เท่ากัน



ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาผ่อนชำระ

ระยะเวลาผ่อนชำระ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 12 เดือน	27	7.94
18 เดือน (ปีครึ่ง)	29	8.53
24 เดือน (2 ปี)	-	0.00
30 เดือน (2 ปีครึ่ง)	-	0.00
36 เดือน (3 ปี)	54	15.88
40 เดือน (3 ปีครึ่ง)	51	15.00
48 เดือน (4 ปี)	104	30.59
มากกว่า 48 เดือน	75	22.06
รวม	340	100.00

ตารางที่ 14 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามระยะเวลาที่ผ่อนชำระพบว่า มีผู้ที่ผ่อนชำระในเวลา 48 เดือน (4 ปี) มากที่สุดร้อยละ 30.59 รองลงมาได้แก่ ผ่อนชำระในเวลาที่ยาวกว่า 48 เดือน ร้อยละ 22.06 ผ่อนชำระในเวลา 36 เดือน (3 ปี) ร้อยละ 15.88 ผ่อนชำระในเวลา 40 เดือน (3 ปีครึ่ง) ร้อยละ 15.00 ผ่อนชำระในเวลา 18 เดือน (ปีครึ่ง) ร้อยละ 8.53 และผ่อนชำระในเวลาที่ยาวกว่า 12 เดือน ร้อยละ 7.94

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินค่างวด

จำนวนเงิน (บาท/เดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,001	27	7.94
3,001 – 5,000	72	21.18
5,001 – 7,000	70	20.59
7,001 – 9,000	72	21.18
9,001 – 11,000	21	6.18
11,001 – 13,000	0	0.00
13,001 – 15,000	0	0.00
15,001 – 17,000	0	0.00
17,001 – 19,000	53	15.59
มากกว่า 19,000	25	7.35
รวม	340	100.00

ตารางที่ 15 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถาม ตามจำนวนเงินค่างวดพบว่า มีผู้ที่ชำระค่างวด 3,001-5,000 บาท/เดือน และชำระค่างวด 7,001-9,000 บาท/เดือน มากที่สุดร้อยละ 21.18 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ชำระค่างวด 5,001-7,000 บาท/เดือน ร้อยละ 20.59 ชำระค่างวด 17,001-19,000 บาท/เดือน ร้อยละ 15.59 ชำระค่างวดต่ำกว่า 3,001 บาท/เดือน ร้อยละ 7.94 ชำระค่างวดมากกว่า 19,000 บาท/เดือน ร้อยละ 7.35 และชำระค่างวด 9,001-11,000 บาท/เดือน ร้อยละ 6.18

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ที่สถานประกอบการ	244	71.76
มีพนักงานไปเก็บ	23	6.76
โอนผ่านธนาคาร	45	13.24
อื่นๆ	28	8.24
รวม	340	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ การส่งธนาคัติ การฝากเพื่อนหรือคนที่รู้จักมาชำระ

ตารางที่ 16 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถาม ตามวิธีการชำระเงิน พบว่า ส่วนใหญ่ชำระเงินที่สถานประกอบการร้อยละ 71.76 รองลงมาได้แก่ ชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร ร้อยละ 13.24 ชำระเงินโดยวิธีอื่นเช่นส่งธนาคัติ ฝากเพื่อหรือคนรู้จักมาชำระ ร้อยละ 8.24 และชำระเงินโดยให้พนักงานไปเก็บเงินร้อยละ 6.76

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ครั้งล่าสุด

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	26	7.65
พอใจปานกลาง	302	88.82
ไม่ค่อยพอใจ	12	3.53
ไม่พอใจมาก	-	0.0
รวม	340	100.0

ตารางที่ 17 เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระดับความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ครั้งล่าสุด พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางร้อยละ 88.82 รองลงมาได้แก่พึงพอใจในระดับมาก ร้อยละ 7.65 และไม่ค่อยพึงพอใจ ร้อยละ 3.53

ส่วนที่ 3 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ชื่อเสียงของกิจการ	23 (6.77)	25 (7.35)	72 (21.18)	76 (22.35)	144 (42.35)	3.86	มาก
ได้วงเงินสินเชื่อ (ขอลด) ตาม ต้องการ	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (20.88)	101 (29.71)	168 (49.41)	4.29	มาก
ระยะเวลาผ่อนชำระ	0 (0.00)	25 (7.35)	69 (20.30)	122 (35.88)	124 (36.47)	4.01	มาก
สามารถกำหนดวันชำระค้างวด	23 (6.77)	48 (14.12)	144 (42.35)	76 (22.35)	49 (14.41)	3.24	ปานกลาง
ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน	0 (0.00)	23 (6.77)	48 (14.12)	47 (13.82)	222 (65.29)	4.38	มาก
ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียน ได้ทันที	23 (6.77)	23 (6.77)	25 (7.35)	25 (7.35)	244 (71.76)	4.31	มาก
รวม	69 (3.38)	144 (7.06)	429 (21.03)	447 (21.91)	951 (46.62)	4.02	มาก

ตารางที่ 18 พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.02) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงที่สุดได้แก่ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (4.38) รองลงมาคือผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที(4.31) ได้วงเงินสินเชื่อตามต้องการ (4.29) ระยะเวลาผ่อนชำระ (4.01) ชื่อเสียงของกิจการ (3.86) และ สามารถกำหนดวันชำระค้างวด (3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
อัตราดอกเบี้ย	27 (7.94)	48 (14.12)	71 (20.88)	0 (0.00)	194 (57.06)	3.84	มาก
จำนวนเงินค่างวดที่ต้องชำระ	0 (0.00)	0 (0.00)	98 (28.82)	72 (21.18)	170 (50.00)	4.21	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าตรวจสอบ) มีความเหมาะสม	27 (7.94)	71 (20.88)	99 (29.12)	45 (13.24)	98 (28.82)	3.34	ปานกลาง
รวม	54 (5.29)	119 (11.67)	268 (26.28)	117 (11.47)	462 (45.29)	3.80	มาก

ตารางที่ 19 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านราคามี ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.80) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ จำนวนเงินค่างวดที่ต้องชำระ (4.21) รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ย(3.84)และอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าตรวจสอบ) มีความเหมาะสม (3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน ช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	99 (29.12)	241 (70.88)	0 (0.00)	3.71	มาก
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้ธนาคาร	47 (13.82)	0 (0.00)	172 (50.59)	21 (6.18)	100 (29.41)	3.37	ปานกลาง
มีสาขาหลายแห่ง กระจายตามแหล่งชุมชน	0 (0.00)	23 (6.77)	124 (36.47)	144 (42.35)	49 (14.41)	3.64	มาก
สามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์	23 (6.77)	23 (6.77)	144 (42.35)	52 (15.29)	98 (28.82)	3.53	มาก
สามารถชำระเงินผ่านธนาคารได้	0 (0.00)	23 (6.77)	53 (15.6)	143 (42.1)	121 (35.6)	4.06	มาก
มีบริการทำสัญญาและเก็บค่างวดนอกสถานที่	0 (0.00)	53 (15.59)	141 (41.47)	74 (21.76)	72 (21.18)	3.49	ปานกลาง
รวม	70 (3.43)	122 (5.98)	733 (35.93)	675 (33.09)	440 (21.57)	3.63	มาก

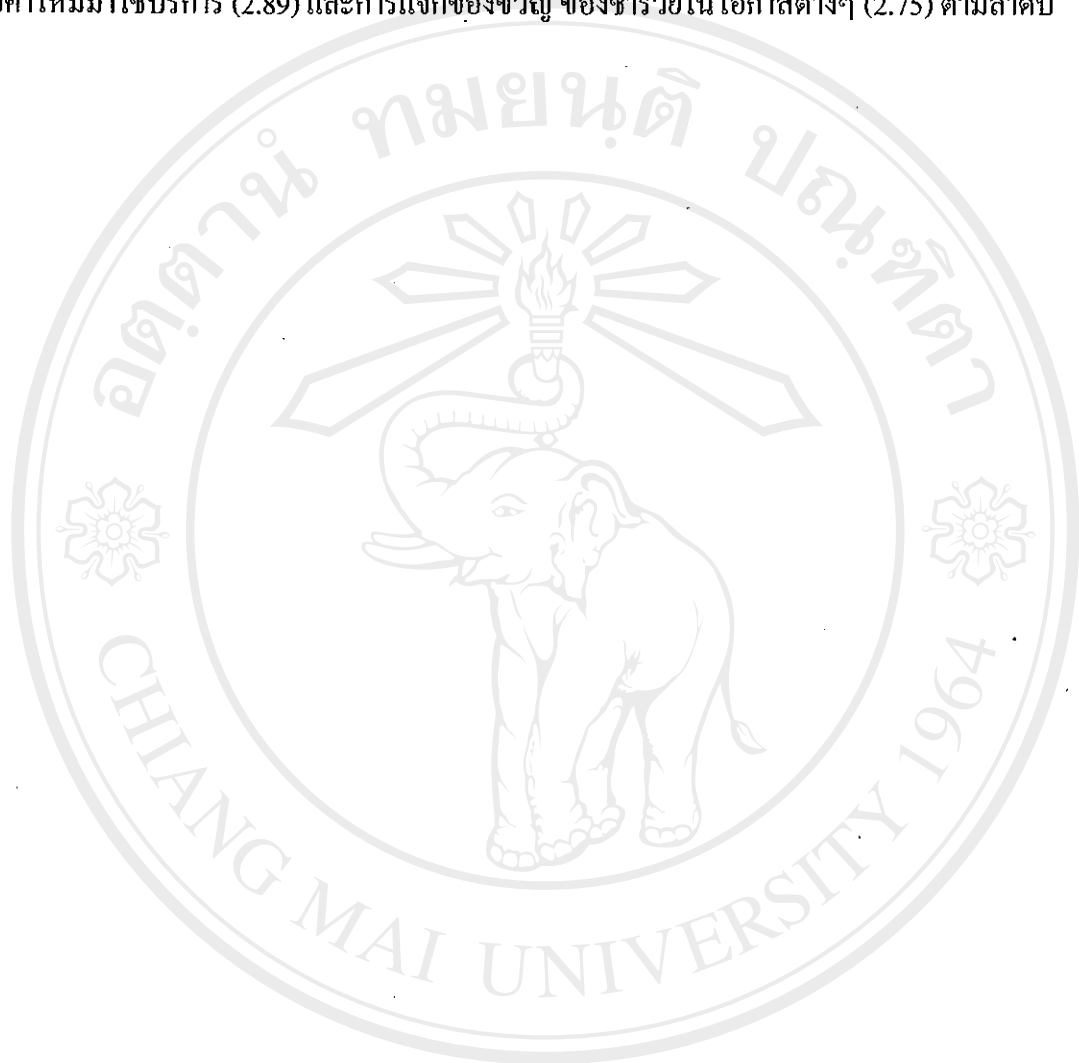
ตารางที่ 20 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.63) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารได้ (4.06) รองลงมาคือทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน(3.71) มีสาขาหลายแห่ง กระจายตามแหล่งชุมชน(3.64) สามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (3.53) มีบริการทำสัญญาและเก็บค่างวดนอกสถานที่ (3.49) และทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้ธนาคาร (3.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	23 (6.77)	0 (0.00)	70 (20.59)	151 (44.41)	96 (28.23)	3.87	มาก
มีพนักงานออกไปชักชวนแนะนำ	0 (0.00)	97 (28.53)	124 (36.47)	47 (13.82)	72 (21.18)	3.28	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง	25 (7.35)	25 (7.35)	71 (20.88)	147 (43.24)	72 (21.18)	3.64	มาก
คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	23 (6.77)	23 (6.76)	222 (65.29)	48 (14.12)	24 (7.06)	3.08	ปานกลาง
การแจกของขวัญ ของชำร่วย ในโอกาสต่างๆ	71 (20.88)	94 (27.65)	74 (21.76)	50 (14.71)	51 (15.00)	2.75	ปานกลาง
รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ	48 (14.12)	117 (34.42)	74 (21.76)	25 (7.35)	76 (22.35)	2.89	ปานกลาง
ถูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ	25 (7.35)	117 (34.42)	71 (20.88)	51 (15.00)	76 (22.35)	3.11	ปานกลาง
ได้รับส่วนลดหากชำระค่างวดเร็วกว่ากำหนด	25 (7.35)	48 (14.12)	46 (13.53)	45 (13.24)	176 (51.76)	3.88	มาก
มีส่วนลดหากปิดบัญชีก่อนกำหนด	25 (7.35)	0 (0.00)	69 (20.29)	70 (20.60)	176 (51.76)	4.09	มาก
รวม	265 (8.75)	521 (17.20)	821 (27.09)	634 (20.92)	789 (26.04)	3.40	ปานกลาง

ตารางที่ 21 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงที่สุดได้แก่ มีส่วนลดหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (4.09) รองลงมาคือได้รับส่วนลดหากชำระค่างวดเร็วกว่ากำหนด (3.88) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง (3.87) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงลูกค้าโดยตรง (3.64)

มีพนักงานออกไปชักชวน แนะนำ (3.28) ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ(3.11) คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ(3.08) รางวัลสมนาคุณหากแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (2.89) และการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (2.75) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
มรรยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (14.12)	72 (21.18)	220 (64.70)	4.51	มากที่สุด
พนักงานมีความสามารถในการอธิบายให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (14.12)	48 (14.12)	244 (71.76)	4.58	มากที่สุด
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (20.88)	49 (14.42)	220 (64.70)	4.44	มาก
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (20.88)	97 (28.53)	172 (50.59)	4.30	มาก
พนักงานมีความรู้ในเรื่องยานพาหนะเป็นอย่างดี	0 (0.00)	21 (6.18)	23 (6.77)	145 (42.64)	151 (44.41)	4.25	มาก
พนักงานสามารถประเมินราคาได้อย่างรวดเร็ว	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (6.77)	98 (28.82)	219 (64.41)	4.58	มากที่สุด
พนักงานสามารถประเมินราคาอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับราคาตลาดทั่วไป	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (13.53)	73 (21.47)	221 (65.00)	4.51	มากที่สุด
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม	0 (0.00)	23 (6.77)	99 (29.12)	120 (35.29)	98 (28.82)	3.86	มาก
รวม	0 (0.00)	44 (1.62)	429 (15.77)	702 (25.81)	1545 (56.80)	4.38	มาก

ตารางที่ 22 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.38) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงที่สุดได้แก่ พนักงานมีความสามารถในการอธิบายให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ (4.58) และ พนักงานสามารถประเมินราคาได้อย่างรวดเร็ว (4.58) ในค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน รองลงมาคือมรรยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.51) และพนักงานสามารถประเมินราคาอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับราคาตลาดทั่วไป (4.51) ในค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่

ต้องการทราบ(4.44) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (4.30) พนักงานมีความรู้ในเรื่อง  
ยานพาหนะเป็นอย่างดี (4.25) และพนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม (3.86) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ	0 (0.00)	23 (6.77)	23 (6.77)	25 (7.35)	269 (79.11)	4.59	มากที่สุด
เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	23 (6.77)	23 (6.77)	74 (21.76)	220 (64.70)	4.44	มาก
ลูกค้ารับเงินได้อย่างรวดเร็ว	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (6.77)	97 (28.53)	220 (64.70)	4.58	มากที่สุด
สามารถชำระค่าบริการได้รวดเร็ว	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (14.11)	145 (42.65)	147 (43.24)	4.29	มาก
เวลาเปิดทำการมีความสะดวกต่อการติดต่อ	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (21.47)	148 (43.53)	119 (35.00)	4.14	มาก
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	0 (0.00)	23 (6.77)	50 (14.71)	215 (63.23)	52 (15.29)	3.87	มาก
ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (14.12)	240 (70.59)	52 (15.29)	4.01	มาก
เพิ่มประเภทของการบริการทางการเงินให้หลากหลาย	23 (6.77)	0 (0.00)	121 (35.59)	48 (14.11)	148 (43.53)	3.88	มาก
ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ	0 (0.00)	28 (8.24)	45 (13.24)	166 (48.82)	101 (29.70)	4.00	มาก
มีบริการเก็บเงินค่างวดนอกสถานที่	0 (0.00)	96 (28.23)	142 (41.77)	27 (7.94)	75 (22.06)	3.42	ปานกลาง
มีการแจ้งแก่ท่านเมื่อใกล้วันครบกำหนดต่อภาษีประจำปี	23 (6.77)	25 (7.35)	48 (14.12)	74 (21.76)	170 (50.00)	4.01	มาก
มีบริการรับทำ พ.ร.บ.	23 (6.77)	25 (7.35)	21 (6.18)	100 (29.41)	171 (50.29)	4.09	มาก
การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง	0 (0.00)	0 (0.00)	94 (27.65)	121 (35.59)	125 (36.76)	4.09	มาก
รวม	69 (1.56)	243 (5.50)	759 (17.17)	1480 (33.48)	1869 (42.29)	4.11	มาก

ตารางที่ 23 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (4.11) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงที่สุดได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (4.59) รองลงมาคือ ลูกค้าได้รับเงินอย่างรวดเร็ว (4.58) เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (4.44) สามารถชำระค่าบริการได้รวดเร็ว (4.29) เวลาเปิดทำการมีความสะดวกต่อการติดต่อ (4.14) มีบริการรับทำ พ.ร.บ. (4.09) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (4.09) ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน (4.01) มีการแจ้งเมื่อใกล้วันครบกำหนดต่อภาษีประจำปี (4.01) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (4.00) เพิ่มประเภทของการบริการทางการเงินให้หลากหลาย (3.88) จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ (3.87) และมีบริการเก็บเงินค่างวดนอกสถานที่ (3.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็น ได้ชัดเจน	23 (6.77)	0 (0.00)	72 (21.17)	245 (72.06)	0 (0.00)	3.59	มาก
สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่าง มั่นคงถาวร	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (6.77)	48 (14.12)	269 (79.11)	4.72	มากที่สุด
สถานประกอบการตกแต่ง สวยงาม	0 (0.00)	50 (14.71)	167 (49.12)	123 (36.17)	0 (0.00)	3.21	ปานกลาง
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่อึดอัด	0 (0.00)	23 (6.77)	141 (41.47)	151 (44.41)	25 (7.35)	3.52	มาก
สถานประกอบการมี ความสะอาด เป็นระเบียบ	0 (0.00)	0 (0.00)	91 (26.76)	172 (50.59)	77 (22.65)	3.96	มาก
ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	0 (0.00)	0 (0.00)	47 (13.82)	99 (29.12)	194 (57.06)	4.43	มาก
ความสบายในระหว่างการรอ เช่น เก้าอี้นุ่ม อากาศเย็นสบาย มีเพลงเบาๆ	23 (6.77)	24 (7.06)	120 (35.29)	101 (29.71)	72 (21.17)	3.51	มาก
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ไว้สำหรับบริการ ลูกค้า	23 (6.77)	45 (13.24)	149 (43.82)	98 (28.82)	25 (7.35)	3.17	ปานกลาง
สถานที่จอดรถเพียงพอ ไม่ต้อง เดินไกล	0 (0.00)	25 (7.35)	164 (48.23)	28 (8.24)	123 (36.18)	3.73	มาก
รวม	69 (2.26)	167 (5.46)	974 (31.83)	1065 (34.80)	785 (25.65)	3.76	มาก

ตารางที่ 24 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (3.76) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงที่สุดได้แก่ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร(4.72) รองลงมาคือ

ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ (4.43) สถานประกอบการมีความสะอาด เป็นระเบียบ (3.96) สถานที่จอดรถเพียงพอ ไม่ต้องเดินไกล (3.73) ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน (3.59) สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด(3.52) ความสบายในระหว่างการรอ เช่น เก้าอี้นุ่ม อากาศเย็นสบาย มีเพลงเบาๆ (3.51) สถานประกอบการตกแต่งสวยงาม (3.21) และมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ไว้สำหรับบริการลูกค้า (3.17) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ส่วนที่ 4 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบจำแนกตามประเภทอาชีพ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของจำแนกตามอาชีพผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ชื่อเสียงของกิจการ	4.28 (มาก)	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)	3.86 (มาก)
ได้วงเงินสินเชื่อ (ยอดจัด) ตามต้องการ	4.87 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	3.78 (มาก)	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)
ระยะเวลาผ่อนชำระ	4.38 (มาก)	4.14 (มาก)	3.87 (มาก)	3.67 (มาก)	4.01 (มาก)
สามารถกำหนดวันชำระค้างวด	2.54 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.56 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน	4.74 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.38 (มาก)	4.05 (มาก)	4.38 (มาก)
ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที	4.40 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	3.82 (มาก)	4.31 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	4.02 (มาก)

ตารางที่ 25 พบว่าในภาพรวมทุกอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น เรื่องการ ได้วงเงินสินเชื่อ (ยอดจัด) ตามต้องการ

และการที่ไม่ต้องใช้ผู้ค้าประกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุด และการสามารถกำหนดวันชำระค่างวด มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. On either side of the elephant, there is a decorative floral or sunburst-like symbol. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อัตราดอกเบี้ย	4.66 (มากที่สุด)	4.06 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
จำนวนเงินค่างวดที่ต้องชำระ	4.73 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	3.73 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ (เช่น ค่าเปลี่ยน สัญญา ค่าตรวจสอบ) มีความเหมาะสม	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	2.79 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
รวม	4.43 (มาก)	4.12 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)

ตารางที่ 26 พบว่า ในภาพรวม อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก อาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชนและอาชีพเจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้น ปัจจัยเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าตรวจสอบ) มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลางยกเว้นปัจจัยเรื่องจำนวนเงินค่างวดที่ต้องชำระ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้บ้านหรือ ที่ทำงาน	3.96 (มาก)	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้ธนาคาร	3.95 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีสาขาหลายแห่ง กระจายตามแหล่งชุมชน	3.66 (มาก)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
สามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์	3.27 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)	3.61 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
สามารถชำระเงินผ่านธนาคารได้	3.85 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	3.62 (มาก)	4.06 (มาก)
มีบริการทำสัญญาและเก็บค่างวดนอก สถานที่	3.05 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.61 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 27 พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ยกเว้น อาชีพเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยการติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ และการบริการทำสัญญาและเก็บค่างวดนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องสามารถชำระเงินผ่านธนาคารได้ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด และเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ที่ใกล้ธนาคาร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีความความคิดเห็นในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ที่ใกล้ธนาคาร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานและการที่สามารถชำระเงินผ่านธนาคารได้ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	4.06 (มาก)	3.72 (มาก)	3.92 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
มีพนักงานออกไปชักชวน แนะนำ	3.73 (มาก)	2.95 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิว ถึงท่านโดยตรง	4.19 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ	2.67 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การแจกของขวัญ ของชำร่วย ในโอกาสต่างๆ	2.11 (น้อย)	3.09 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)
รางวัลสมนาคุณหากท่าน แนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ	2.11 (น้อย)	3.34 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	2.61 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไข พิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ	2.44 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ได้รับส่วนลดหากชำระค่างวด เร็วกว่ากำหนด	4.34 (มาก)	4.11 (มาก)	3.62 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.88 (ปานกลาง)
มีส่วนลดหากปิดบัญชีก่อนกำหนด	4.36 (มาก)	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)	3.72 (มาก)	4.09 (มาก)
รวม	3.33 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)

ตารางที่ 28 พบว่าในภาพรวม อาชีพเกษตรกรและอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชนมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยเรื่องการแจกของขวัญของชำร่วย ในโอกาสต่างๆ รางวัลสมนาคุณหากแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ การให้เงื่อนไขพิเศษแก่ลูกค้ารายเก่าที่มาใช้บริการซ้ำ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องการมีพนักงานออกไปชักชวนแนะนำ มีการประชาสัมพันธ์ด้วย จดหมาย/ใบปลิว การแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่างๆ รางวัลสมนาคุณหากแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยเรื่องการมีพนักงานออกไปชักชวนแนะนำ คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ การแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่างๆ ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้น ปัจจัยเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง การมีส่วนลดหากปิดบัญชีก่อนกำหนด มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยเรื่องการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับน้อย

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มรรยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.87 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.26 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานมีความสามารถในการอธิบาย ให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ	4.96 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.45 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและ ให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	4.87 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)	4.29 (มาก)	4.44 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	4.59 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในเรื่องยานพาหนะเป็น อย่างดี	3.93 (มาก)	4.42 (มาก)	4.45 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)
พนักงานสามารถประเมินราคาได้อย่าง รวดเร็ว	4.98 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
พนักงานสามารถประเมินราคาอย่าง เหมาะสมและสอดคล้องกับราคาตลาด ทั่วไป	4.84 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกาย เหมาะสม	3.68 (มาก)	4.16 (มาก)	3.98 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)
รวม	4.59 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)

ตารางที่ 29 พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้น ปัจจัยเรื่องพนักงานมีความรู้ในเรื่องยานพาหนะเป็นอย่างดี และพนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้น ปัจจัยเรื่องพนักงานมีความรู้ในเรื่องยานพาหนะเป็นอย่างดี และพนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องพนักงานสามารถประเมินราคาได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ	4.99 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.49 (มาก)	4.44 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.88 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.06 (มาก)	4.34 (มาก)	4.44 (มาก)
ลูกค้ารับเงินได้อย่างรวดเร็ว	4.88 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.39 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
สามารถชำระค่าบริการได้รวดเร็ว	4.52 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.06 (ปานกลาง)	4.29 (มาก)
เวลาเปิดทำการมีความสะดวกต่อการติดต่อ	4.41 (มาก)	4.26 (มาก)	3.79 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)
ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐาน	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	4.01 (มาก)
เพิ่มประเภทของการบริการทางการเงินให้ หลากหลาย	4.19 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.88 (มาก)
ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมใน การให้บริการ	3.44 (มาก)	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)
มีบริการเก็บเงินค่างวดนอกสถานที่	3.11 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.22 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
มีการแจ้งแก่ท่านเมื่อใกล้วันครบกำหนดต่อ ภาษีประจำปี	4.28 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	3.95 (มาก)	3.42 (มาก)	4.01 (มาก)



ด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
มีบริการรับทำ พ.ร.บ.	3.99 (มาก)	4.33 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	3.72 (มาก)	4.09 (มาก)
การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง	4.31 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)
รวม	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	4.11 (มาก)

ตารางที่ 30 พบว่าในภาพรวมทุกอาชีพมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้น ปัจจัยเรื่องเวลาเปิดทำการมีความสะดวกต่อการติดต่อ จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ ระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐานใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ มีบริการรับทำ พ.ร.บ. มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยเรื่องการมีบริการเก็บเงินค่างวดนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องลูกค้ารับเงิน ได้อย่างรวดเร็ว การชำระค่าบริการได้รวดเร็ว จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ มีบริการรับทำ พ.ร.บ. มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องสามารถชำระค่าบริการได้รวดเร็ว และบริการเก็บเงินค่างวดนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

	อาชีพ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็น ได้ชัดเจน	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	3.53 (มาก)	3.59 (มาก)
สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร	4.99 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
สถานประกอบการตกแต่งสวยงาม	2.86 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด	3.35 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
สถานประกอบการมีความสะอาด เป็นระเบียบ	3.58 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)
ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์)	4.25 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.43 (มาก)
ความสบายในระหว่างการรอ เช่น เก้าอี้นุ่ม อากาศเย็นสบาย มีเพลงเบาๆ	3.22 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ไว้สำหรับ บริการลูกค้า	2.79 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	2.98 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถเพียงพอ ไม่ต้องเดินไกล	3.54 (มาก)	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)
รวม	3.57 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)

ตารางที่ 31 พบว่า ในภาพรวมทุกอาชีพมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลางถึงมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร การใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์) มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยเรื่องสถานประกอบการตกแต่งสวยงาม มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ไว้สำหรับบริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากยกเว้น ปัจจัยเรื่องสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่นคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยเรื่องสถานประกอบการตกแต่งสวยงาม มีมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับปานกลางและมาก ยกเว้น ปัจจัยเรื่องสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร มีความความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ และข้อเสนอแนะที่เป็น  
ประโยชน์ต่อการปรับปรุงบริการ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อ  
การเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับวงเงินสินเชื่อ (ยอดจำกัด) ตามที่ต้องการ	168	49.41
ระยะเวลาผ่อนชำระสั้นเกินไป	100	29.41
เสียเวลาในการหาผู้ค้ำประกันหรือไม่สามารถหาได้	171	50.29
ผ่อนค่างวดครบแล้วแต่ต้องรอโอนทะเบียน อีกหลายวัน	165	48.53

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 32 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ได้แก่ เสียเวลาในการ  
หาผู้ค้ำประกันหรือไม่สามารถหาได้ ร้อยละ 50.29 รองลงมาคือไม่ได้รับวงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการ  
ร้อยละ 49.41 ผ่อนค่างวดครบแล้วแต่ต้องรอโอนทะเบียนอีกหลายวันร้อยละ 48.53 และระยะเวลา  
ผ่อนชำระสั้นเกินไป ร้อยละ 29.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
อัตราดอกเบี้ยสูง	242	71.18
อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าตรวจสอบ) สูงเกินไป	97	28.53
ยอดค้างงวดที่ต้องชำระแต่ละเดือนสูงเกินไป	72	21.18

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 33 ปัญหาด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ชำระดอกเบี้ยในอัตราสูง ร้อยละ 71.18 รองลงมาคือปัญหาเรื่องค่าธรรมเนียมต่างๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าตรวจสอบ) สูงเกินไป ร้อยละ 28.53 และปัญหาค่างวดที่ต้องชำระแต่ละเดือนสูงเกินไป ร้อยละ 21.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งของกิจการอยู่ไกลจากบ้าน ที่ทำงาน หรือธนาคาร	51	15.00
ไม่สามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้	27	7.94
กิจการไม่มีบริการทำสัญญาและเก็บค่างวดนอกสถานที่	71	20.88
เวลาเปิดทำการของกิจการไม่สะดวกต่อการชำระค่างวด	122	35.88
ที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ	141	41.47

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 34 ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอดรถ ร้อยละ 41.47 รองลงมาคือเวลาเปิดทำการของกิจการไม่สะดวกต่อการชำระค่างวด ร้อยละ 35.88 กิจการไม่มีบริการทำสัญญาและเก็บค่างวดนอกสถานที่ ร้อยละ 20.88 ทำเลที่ตั้งของกิจการอยู่ไกลจากบ้าน ที่ทำงาน หรือธนาคาร ร้อยละ 15.00 และไม่สามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้ ร้อยละ 7.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง	51	15.00
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีรายละเอียดไม่ชัดเจน	94	27.65
กิจการไม่มีพนักงานขายไว้ให้คำแนะนำ	73	21.47
ไม่มีรางวัลสมนาคุณเมื่อแนะนำลูกค้ารายใหม่	97	28.53
ไม่ได้รับเงื่อนไขพิเศษในการใช้บริการเช่า เช่น ดอกเบี้ยต่ำกว่าเดิม	102	30.00
กิจการไม่มีการให้ส่วนลดชำระค่างวดเร็วกว่ากำหนด	138	40.59
กิจการไม่ให้ส่วนลดกรณีปิดบัญชีเร็วกว่ากำหนด	23	6.76

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 35 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่ได้รับส่วนลดเมื่อชำระค่างวดเร็วกว่ากำหนด ร้อยละ 40.59 รองลงมาคือไม่ได้รับเงื่อนไขพิเศษในการใช้บริการเช่า เช่น ดอกเบี้ยต่ำกว่าเดิมร้อยละ30.00 ไม่มีรางวัลสมนาคุณเมื่อแนะนำลูกค้ารายใหม่ร้อยละ28.53 การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีรายละเอียดไม่ชัดเจนร้อยละ 27.65 ไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง ร้อยละ15.00 และไม่ได้รับส่วนลดกรณีปิดบัญชีเร็วกว่ากำหนด ร้อยละ 6.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์	121	35.59
พนักงานไม่ได้ชี้แจงเงื่อนไขหรือรายละเอียดต่างๆ ที่ควรทราบ	198	58.24
พนักงานไม่ได้มีความรู้จริงในเรื่องรถยนต์ ใช้เวลานานในการประเมินราคา	78	22.94
พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดีหรือแต่งกายไม่เหมาะสม	28	8.24

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 36 ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ พนักงานไม่ได้ชี้แจงเงื่อนไขหรือรายละเอียดต่างๆ ที่ควรทราบ ร้อยละ 58.24 รองลงมาคือพนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ ร้อยละ 35.59 พนักงานไม่ได้มีความรู้จริงในเรื่องรถยนต์ และใช้เวลานานในการประเมินราคา ร้อยละ 22.94 และพนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดีหรือแต่งกายไม่เหมาะสม ร้อยละ 8.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
อนุมัติสินเชื่อล่าช้า	192	56.47
เงื่อนไขและขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อน ไม่ยืดหยุ่น	174	51.18
การชำระค่าบริการต้องรอนาน ล่าช้า	121	35.59
ระบบการทำงานไม่มีความเป็นมาตรฐาน	27	7.94

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 37 ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ร้อยละ 56.47 รองลงมาคือเงื่อนไขและขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อน ไม่ยืดหยุ่น ร้อยละ 51.18 การชำระค่าบริการต้องรอนาน ล่าช้า ร้อยละ 35.59 และระบบการทำงานไม่มีความเป็นมาตรฐาน ร้อยละ 7.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
สถานประกอบการไม่ได้ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร	28	8.24
สถานประกอบการมีพื้นที่แคบ	99	29.12
สถานประกอบการไม่สะอาด จัดวางเอกสารและอุปกรณ์ไม่เป็นระเบียบ	100	29.41
ไม่มีสิ่งสร้างความสะดวกสบายในขณะรอรับบริการ	123	36.18

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 38 ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ปัญหาเรื่องความสะดวกสบายในขณะรอรับบริการร้อยละ36.18 ปัญหาสถานประกอบการไม่สะอาดจัดวางเอกสารและอุปกรณ์ ไม่เป็นระเบียบ ร้อยละ29.41 สถานประกอบการมีพื้นที่แคบ ร้อยละ 29.12 และสถานประกอบการไม่ได้ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ร้อยละ 8.24



ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเปลี่ยน ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เปลี่ยน	291	85.59
เปลี่ยน	49	14.41
รวม	340	100.0

ตารางที่ 39 พบว่า ผู้ที่ไม่คิดที่จะเปลี่ยนผู้ให้บริการสินเชื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ร้อยละ 85.59 และมีผู้ที่จะเปลี่ยน ร้อยละ 14.41 สาเหตุที่ไม่เปลี่ยน มาจากความพึงพอใจและความคุ้นเคย ส่วนสาเหตุในการเปลี่ยนส่วนใหญ่มาจาก อัตราดอกเบี้ยสูง และการบริการของพนักงาน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการทำเรื่องขอสินเชื่อ 1 ครั้ง

ระยะเวลาในการทำเรื่องขอสินเชื่อ 1 ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	194	57.06
1 ชั่วโมง	75	22.06
2 ชั่วโมง	-	0.00
3 ชั่วโมง	-	0.00
1 วัน	48	14.12
2-3 วัน	23	6.76
รวม	340	100.00

ตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะว่าควรใช้เวลา ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 57.06 รองลงมาได้แก่ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ร้อยละ 22.06 ใช้เวลา 1 วัน ร้อยละ 14.12 และใช้เวลา 2-3 วัน ร้อยละ 6.76

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการชำระค่างวดแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการชำระค่างวดแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
5 นาที	173	50.88
10 นาที	144	42.35
15 นาที	-	0.00
20 นาที	23	6.77
25 นาที	-	0.00
30 นาที	-	0.00
รวม	340	100.00

ตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะว่าควรใช้เวลาในการชำระค่างวดประมาณ 5 นาที มากที่สุด ร้อยละ 50.88 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการชำระค่างวดประมาณ 10 นาที ร้อยละ 42.35 และใช้เวลาในการชำระค่างวดประมาณ 20 นาที ร้อยละ 6.77

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวันเปิดทำการของกิจการ

วันที่ต้องการให้เปิดทำการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ – ศุกร์	72	21.18
เสาร์	117	34.41
อาทิตย์	151	44.41
รวม	340	100.0

ตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะว่า ต้องการให้กิจการเปิดทำการในวันอาทิตย์ มากที่สุดร้อยละ 44.41 รองลงมาคือต้องการให้กิจการเปิดทำการในวันเสาร์ ร้อยละ 34.41 และต้องการให้กิจการเปิดทำการในวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 21.18

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่สะดวกในการมาติดต่อกับกิจการ

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ก่อน 8.30 น.	-	0.00
8.30 – 12.00 น.	116	34.12
12.00 – 13.00 น.	52	15.29
13.00 – 16.30 น.	126	37.06
16.30 – 20.00 น.	46	13.53
รวม	340	100.0

ตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะว่า สะดวกมาใช้บริการในช่วงเวลา 13.00 - 16.30 น. มากที่สุดร้อยละ 37.06 รองลงมาคือสะดวกมาใช้บริการในช่วงเวลา 8.30 - 12.00 น. ร้อยละ 34.12 สะดวกมาใช้บริการในช่วงเวลา 12.00 – 13.00 น. ร้อยละ 15.29 และสะดวกมาใช้บริการในช่วงเวลา 16.30 – 20.00 น. ร้อยละ 13.53

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบริการที่ต้องการได้รับเพิ่มเติม

บริการ	จำนวน	ร้อยละ
แจ้งยอดค้างชำระทางโทรศัพท์ที่อยู่เสมอ	74	21.76
แจ้งเดือนเมื่อใกล้ครบกำหนดต่อภาษีประจำปี	148	43.53
แจ้งเดือนเมื่อ พ.ร.บ. ใกล้หมดอายุ	195	57.35
บริการรับค้างวดนอกสถานที่ (โดยส่งพนักงานไปเรียกเก็บยังสถานที่ที่ท่านสะดวก)	75	22.06
ศูนย์บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) 24 ชั่วโมง	100	29.41

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 ราย

ตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะว่า บริการที่ต้องการรับเพิ่มเติมมากที่สุดคือการแจ้งเดือนเมื่อ พ.ร.บ.ใกล้หมดอายุ ร้อยละ 57.35 รองลงมาคือการแจ้งเดือนเมื่อใกล้ครบกำหนดต่อภาษีประจำปี ร้อยละ 43.53 ต้องการมีศูนย์บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) 24 ชั่วโมงร้อยละ 29.41 ต้องการให้มีบริการรับค้างวดนอกสถานที่ ร้อยละ 22.06 และต้องการให้แจ้งยอดค้างชำระทางโทรศัพท์ที่อยู่เสมอ ร้อยละ 21.76 ตามลำดับ