บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด(มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ การวิเคราะห์ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ งวดเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ และการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับสถาบันการเงินอื่นๆ ในปัจจุบัน (ตารางที่ 1-10)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 11-18)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 19-32)

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงการให้บริการ (ตารางที่ 33-46)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	167	52.00
หญิง	154	48.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.00 และเป็น เพศหญิง ร้อยละ 48.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	65	20.25
31-40 ปี	134	41.74
41-50 ปี	98	30.53
51 ปีขึ้นไป	24	7.48
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 41.74 ปี รองลงมาคือ มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 30.53 และอายุ 20- 30 ปี ร้อยละ 20.25

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	111	34.58
สมรส	206	64.17
อื่นๆ	4	1.25
รวม	321	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ หย่า

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มากที่สุด ร้อยละ 64.17 รองลงมาได้แก่ โสด ร้อยละ 34.58 และอื่นๆ คือ หย่า ร้อยละ 1.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	14	4.36
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	49	15.26
ปริญญาตรี	215	66.98
สูงกว่าปริญญาตรี	43	13.40
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.98 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 15.26 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 13.40

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	23.37
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	145	45.17
เจ้าของธุรกิจ	92	28.66
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	6	1.87
อื่นๆ	3	0.93
รวม	321	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร นักศึกษา

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 45.17 รองลงมาคืออาชีพเจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 28.66 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23.37

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	13	4.05
10,001 - 30,000 บาท	124	38.63
30,001 - 50,000 บาท	119	37.07
มากกว่า 50,000 บาท	65	20.25
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 38.63 รองลงมาคือมีรายได้ 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 37.07 และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 20.25

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
100,000 - 300,000 บาท	63	19.63
300,001 - 500,000 บาท	135	42.06
500,001 - 700,000 บาท	98	30.53
700,001 - 900,000 บาท	21	6.54
มากกว่า 900,000 บาท	4	1.24
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ 300,001-500,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 42.06 รองลงมาคือวงเงิน 500,001-700,000 บาท ร้อยละ 30.53 และวงเงิน 100,000-300,000 บาท ร้อยละ 19.63

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงวดเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อรถยนต์

งวดเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
24 งวด	10	3.12
36 งวด	53	16.51
48 งวด	104	32.40
60 งวด	134	41.74
72 งวด	20	6.23
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีงวดเวลาการชำระ มากที่สุด จำนวน 60 งวด ร้อยละ 41.74 รองลงมามีงวดเวลาการชำระ 48 งวด ร้อยละ 32.40 และงวดเวลาการชำระ 36 งวด ร้อยละ 16.51

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับสถาบันการเงินอื่นๆ ในปัจจุบัน

การใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับสถาบันการเงินอื่นๆในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	20	6.23
ไม่ใช้	301	93.77
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับสถาบันการเงินอื่นๆ ร้อยละ 93.77 และใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่นๆ ร้อยละ 6.23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบจำแนกตามสถาบันการเงินอื่นๆ ที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน

สถาบันการเงินอื่นๆ ที่ลูกค้าใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน)	11	55.00
ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	4	20.00
โตโยต้าลิสซิ่ง	3	15.00
บริษัทสยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่นๆ ได้แก่ ธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 55.00 ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 20.00 และโตโยต้าลิสซิ่ง ร้อยละ 15.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ	7 (2.18)	130 (40.50)	175 (54.52)	9 (2.80)	0 (0.00)	3.42 (มาก)
อนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ	7 (2.18)	159 (49.53)	143 (44.55)	12 (3.70)	0 (0.00)	3.48 (มาก)
ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย	13 (4.05)	191 (59.50)	111 (34.58)	6 (1.87)	0 (0.00)	3.66 (มาก)
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร	13 (4.05)	168 (52.30)	134 (41.70)	6 (1.87)	0 (0.00)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.54 (มาก)

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54) โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับมาก ได้แก่ ประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ อนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย และชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ	10 (3.12)	114 (35.51)	168 (52.34)	28 (8.72)	1 (0.31)	3.32 (ปานกลาง)
การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เช่น ค่าต่อภาษี ค่าโอน	1 (0.31)	17 (5.30)	129 (40.19)	163 (50.78)	11 (3.43)	2.48 (น้อย)
มีส่วนลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา	7 (2.18)	50 (15.58)	168 (52.34)	93 (28.93)	3 (0.93)	2.89 (ปานกลาง)
จำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม	7 (2.18)	139 (43.30)	163 (50.78)	12 (3.74)	0 (0.00)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.03 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ มีส่วนลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา จำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เช่น ค่าต่อภาษี ค่าโอน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก สะดวกต่อการใช้บริการ	3 (0.93)	48 (14.95)	147 (45.79)	115 (35.83)	8 (2.49)	2.76 (ปานกลาง)
ธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	6 (1.87)	168 (52.34)	113 (35.20)	31 (9.66)	3 (0.93)	3.45 (ปานกลาง)
สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางอินเตอร์เน็ต	6 (1.87)	39 (12.15)	146 (45.48)	105 (32.71)	25 (7.79)	2.68 (ปานกลาง)
สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส	6 (1.87)	31 (9.66)	92 (28.66)	162 (50.47)	30 (9.35)	2.44 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.83 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก สะดวกต่อการใช้บริการ ธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางอินเตอร์เน็ต และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ารู้จัก	1 (0.31)	80 (24.92)	168 (52.34)	70 (21.81)	2 (0.62)	3.02 (ปานกลาง)
พนักงานออกไปติดต่อแนะนำการให้บริการแก่ลูกค้า	9 (2.80)	125 (38.94)	153 (47.66)	32 (9.97)	2 (0.62)	3.33 (ปานกลาง)
การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การให้วงเงินกู้เพิ่ม	3 (0.93)	97 (30.22)	170 (52.96)	48 (14.95)	3 (0.93)	3.15 (ปานกลาง)
การให้ของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	0 (0.00)	30 (9.35)	190 (59.19)	83 (25.86)	18 (5.61)	2.72 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วม	3 (0.93)	27 (8.41)	181 (56.39)	100 (31.15)	10 (3.12)	2.73 (ปานกลาง)
การติดต่อสื่อสารโดยตรงเพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ ของการบริการ	0 (0.00)	36 (11.21)	186 (57.94)	86 (26.79)	13 (4.05)	2.76 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.95 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.95) โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย คือ การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ารู้จัก พนักงานออกไปติดต่อ แนะนำการให้บริการแก่ลูกค้า การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย การให้วงเงินกู้เพิ่ม การให้ของขวัญของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วม และการติดต่อสื่อสารโดยตรงเพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ ของการบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานมีการให้บริการที่สุภาพ	35 (10.90)	211 (65.73)	69 (21.50)	6 (1.87)	0 (0.00)	3.86 (มาก)
พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	44 (13.71)	154 (47.98)	113 (35.20)	10 (3.12)	0 (0.00)	3.72 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้า	31 (9.66)	140 (43.61)	136 (42.37)	14 (4.36)	0 (0.00)	3.59 (มาก)
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ	15 (4..67)	135 (42.06)	154 (47.98)	17 (5.30)	0 (0.00)	3.46 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว	24 (7.48)	98 (30.53)	170 (52.96)	28 (8.72)	1 (0.31)	3.36 (ปานกลาง)
พนักงานมีความเอาใจใส่ และติดตามลูกค้าเสมอ	26 (8.10)	146 (45.48)	119 (37.07)	30 (9.35)	0 (0.00)	3.52 (มาก)
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	69 (21.50)	204 (63.55)	42 (13.08)	6 (1.87)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	32 (9.97)	131 (40.81)	136 (42.37)	20 (6.23)	2 (0.62)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.64 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีการให้บริการที่สุภาพ พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานมีความเอาใจใส่และติดตามลูกค้าเสมอ พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ และพนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก และมีความยืดหยุ่น	8 (2.49)	62 (19.31)	134 (41.74)	113 (35.20)	4 (1.25)	2.87 (ปานกลาง)
การให้บริการที่ถูกต้อง	13 (4.05)	121 (37.69)	175 (54.52)	12 (3.74)	0 (0.00)	3.42 (ปานกลาง)
ขั้นตอนกระบวนการในการอนุมัติสินเชื่อที่รวดเร็ว	12 (3.74)	73 (22.74)	183 (57.01)	53 (16.51)	0 (0.00)	3.14 (ปานกลาง)
การรักษาความลับของลูกค้า	20 (6.23)	207 (64.49)	81 (25.23)	13 (4.05)	0 (0.00)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.29 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือการรักษาความลับของลูกค้า และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก และมีความยืดหยุ่น การให้บริการที่ถูกต้อง และขั้นตอนกระบวนการในการอนุมัติสินเชื่อที่รวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย	35 (10.90)	172 (53.58)	101 (31.46)	13 (4.05)	0 (0.00)	3.71 (มาก)
ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	48 (14.95)	195 (60.75)	74 (23.05)	4 (1.25)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
ภายในธนาคารมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	68 (21.18)	208 (64.80)	40 (12.46)	5 (1.56)	0 (0.00)	4.06 (มาก)
ที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	32 (9.97)	101 (31.46)	161 (50.16)	24 (7.48)	3 (0.93)	3.42 (ปานกลาง)
ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	11 (3.43)	23 (7.17)	64 (19.90)	163 (50.78)	60 (18.69)	2.26 (น้อย)
ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่เหมาะสม	18 (5.61)	124 (38.63)	154 (47.98)	20 (6.23)	5 (1.56)	3.40 (ปานกลาง)
แผ่นพับ เอกสาร และประกาศของธนาคารสวยงามและน่าอ่าน	15 (4.67)	92 (28.66)	201 (62.62)	10 (3.12)	3 (0.93)	3.33 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในธนาคารมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่เหมาะสม แผ่นพับ เอกสาร และประกาศของธนาคารสวยงามและน่าอ่าน และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.54 (มาก)
ด้านราคา	3.03 (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	2.83 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.95 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	3.64 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.29 (ปานกลาง)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพและรายได้ต่อเดือน

3.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ *

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ	3.39 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
อนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร	3.51 (มาก)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

* มีผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพแม่บ้าน/ พ่อบ้าน ร้อยละ1.87 และอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 0.93 จึงไม่นำมาใช้ในการประมวลผล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของธนาคารในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ และอนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของธนาคารในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ และอนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ	3.35 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เช่น ค่าต่อภาษี ค่าโอน	2.40 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)
มีส่วนลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา	2.85 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
จำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.01 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกด้านในระดับปานกลางได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ มีส่วนลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญาและจำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เช่น ค่าต่อภาษี ค่าโอน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและเจ้าของธุรกิจมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก สะดวกต่อการใช้บริการ	2.69 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
ธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	3.43 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางอินเตอร์เน็ต	2.61 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส	2.39 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.78 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านธนาคารมีจำนวนสาขามาก สะดวกต่อการใช้บริการ และสามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางอินเตอร์เน็ต พึงพอใจในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิสมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ารู้จัก	3.05 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
พนักงานออกไปติดต่อแนะนำการให้บริการแก่ลูกค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การให้วงเงินกู้เพิ่ม	3.19 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
การให้ของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.75 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วม	2.77 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
การติดต่อสื่อสารโดยตรงเพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ ของการบริการ	2.79 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.99 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับปานกลางเช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีการให้บริการที่สุภาพ	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)
พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
พนักงานมีความเอาใจใส่ และติดตามลูกค้าเสมอ	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความเอาใจใส่ และติดตามลูกค้าเสมอในระดับปานกลางด้วยเช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก และมีความยืดหยุ่น	2.85 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
การให้บริการที่ถูกต้อง	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ขั้นตอนกระบวนการในการอนุมัติสินเชื่อที่รวดเร็ว	3.07 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การรักษาความลับของลูกค้า	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการรักษาความลับของลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ		
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	เจ้าของธุรกิจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)
ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)
ภายในธนาคารมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)
ที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	2.23 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.27 (น้อย)
ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่เหมาะสม	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
แผ่นพับ เอกสาร และประกาศของธนาคารสวยงามและน่าอ่าน	3.17 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.38 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และภายในธนาคารมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่เหมาะสม แผ่นพับ เอกสาร และประกาศของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ธนาคารสวยงามและน่าอ่าน และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ที่จอดรถสะดวกกว้างขวาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน *

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ	3.53 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
อนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ	3.61 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย	3.83 (มาก)	3.51 (มาก)	3.66 (มาก)
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยด้านประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการและอนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

---

* รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 4.05 จึงไม่นำมาใช้ในการประมวลผล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลายในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยด้านประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการ อนุมัติจำนวนเงินกู้ให้ตามที่ต้องการ และชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เช่น ค่าต่อภาษี ค่าโอน	2.50 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.46 (น้อย)
มีส่วนลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา	3.02 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
จำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม	3.53 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.09 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านจำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม มีความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เช่น ค่าต่อภาษี ค่าโอน มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีจำนวนสาขามาก สะดวกต่อการใช้บริการ	2.96 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
ธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	3.56 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางอินเตอร์เน็ต	2.77 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส	2.53 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.48 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.96 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ารู้จัก	3.21 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
พนักงานออกไปติดต่อแนะนำการให้บริการแก่ลูกค้า	3.22 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การให้วงเงินกู้เพิ่ม	3.31 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การให้ของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.74 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วม	2.69 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
การติดต่อสื่อสารโดยตรงเพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ ของการบริการ	2.82 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.00 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกด้านในระดับปานกลางเช่นกัน ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานออกไปติดต่อแนะนำการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีการให้บริการที่สุภาพ	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)
พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.73 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ	3.56 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว	3.37 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
พนักงานมีความเอาใจใส่ และติดตามลูกค้าเสมอ	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.58 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็วมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความเสมอภาคในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว และจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถและจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก และมีความยืดหยุ่น	3.03 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การให้บริการที่ถูกต้อง	3.54 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ขั้นตอนกระบวนการในการอนุมัติสินเชื่อที่รวดเร็ว	3.30 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
การรักษาความลับของลูกค้า	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.40 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการที่ถูกต้อง และการรักษาความลับของลูกค้า ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยด้านระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่น และขั้นตอนกระบวนการในการอนุมัติสินเชื่อที่รวดเร็ว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกือบทุกด้านในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการรักษาความลับของลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน (บาท)		
	10,001-30,000	30,001-50,000	มากกว่า 50,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)	3.80 (มาก)
ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	4.06 (มาก)
ภายในธนาคารมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)
ที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.58 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	2.25 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.26 (น้อย)
ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่เหมาะสม	3.46 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
แผ่นพับ เอกสาร และประกาศของธนาคารสวยงามและน่าอ่าน	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.47 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่เหมาะสม แผ่นพับ เอกสารและประกาศของธนาคารสวยงามและน่าอ่าน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านที่จอดรถสะดวกและกว้างขวาง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย ธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และภายในธนาคารมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านที่จอดรถสะดวกและกว้างขวางในระดับน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้าธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงการให้บริการ (ตารางที่ 33-39)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	การพบปัญหา	
	พบ	ไม่พบ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ประเภทของสินเชื่อมีให้เลือกน้อย	140 (43.61)	181 (56.39)
การอนุมัติจำนวนเงินให้กู้ต่ำ	154 (47.98)	167 (52.02)
ระยะเวลาผ่อนชำระให้เลือกน้อย	113 (35.20)	208 (64.80)
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารยังไม่เป็นที่รู้จัก	111 (34.58)	210 (65.42)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัญหาที่พบ ได้แก่ การอนุมัติจำนวนเงินให้กู้ต่ำพบปัญหา ร้อยละ 47.98 ประเภทของสินเชื่อมีให้เลือกน้อย ร้อยละ 43.61 และระยะเวลาผ่อนชำระให้เลือกน้อย ร้อยละ 35.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ประเภทของสินเชื่อมีให้เลือกน้อย	3 (2.14)	47 (33.57)	**90 (64.29)**	140 (100.00)
การอนุมัติจำนวนเงินให้กู้ต่ำ	7 (4.55)	56 (36.36)	**91 (59.09)**	154 (100.00)
ระยะเวลาผ่อนชำระให้เลือกน้อย	6 (5.31)	42 (37.17)	**65 (57.52)**	113 (100.00)
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารยังไม่เป็นที่รู้จัก	3 (2.70)	38 (34.23)	**70 (63.06)**	111 (100.00)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่พบปัญหาในระดับน้อย ได้แก่ ประเภทของสินเชื่อมีให้เลือกน้อย ร้อยละ 64.29 ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารยังไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 63.06 และการอนุมัติจำนวนเงินให้กู้ต่ำ ร้อยละ 59.09

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	การพบปัญหา	
	พบปัญหารวม	ไม่พบปัญหา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	216 (67.29)	105 (32.71)
ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ สูงเกินไป เช่น ค่าบริการต่อภาษี ค่าธรรมเนียมในการโอนรถยนต์	236 (73.52)	85 (26.48)
ให้ส่วนลดน้อยเกินไป หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา	200 (62.31)	121 (37.69)
จำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดไม่เหมาะสม	83 (25.86)	238 (74.14)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ สูงเกินไป ร้อยละ 73.52 อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป ร้อยละ 67.29 และให้ส่วนลดน้อยเกินไป หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา ร้อยละ 62.31 ส่วนจำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดไม่เหมาะสม ไม่พบปัญหา ร้อยละ 74.14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	13 (6.02)	78 (36.11)	**125 (57.87)**	216 (100.00)
ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ สูงเกินไป เช่น ค่าบริการต่อภาษี ค่าธรรมเนียมในการโอนรถยนต์	19 (8.05)	71 (30.08)	**146 (61.86)**	236 (100.00)
ให้ส่วนลดน้อยเกินไป หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา	20 (10.00)	52 (26.00)	**128 (64.00)**	200 (100.00)
จำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดไม่เหมาะสม	2 (2.41)	40 (48.19)	**41 (49.40)**	83 (100.00)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านราคา ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ได้แก่ ให้ส่วนลดน้อยเกินไป หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา ร้อยละ 64.00 ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ สูงเกินไป ร้อยละ 61.86 และอัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป ร้อยละ 57.87

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	การพบปัญหา	
	พบปัญหารวม	ไม่พบปัญหา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
จำนวนสาขาให้บริการน้อยเกินไป	277 (86.29)	44 (13.71)
ที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลแหล่งชุมชน ไม่สะดวกในการติดต่อ	180 (56.07)	141 (43.93)
การติดต่อใช้บริการทางโทรศัพท์และทางอินเตอร์เน็ตไม่สะดวก	141 (43.93)	180 (56.07)
ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น	143 (44.55)	178 (55.45)

จากตาราที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ จำนวนสาขาให้บริการน้อยเกินไป ร้อยละ 86.29 ด้านที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลแหล่งชุมชน ไม่สะดวกในการติดต่อ ร้อยละ 56.07 และไม่สามารถชำระผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น ร้อยละ 44.55

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
จำนวนสาขาให้บริการน้อยเกินไป	26 (9.39)	77 (27.80)	**174 (62.81)**	277 (100.00)
ที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลแหล่งชุมชน ไม่สะดวกในการติดต่อ	15 (8.33)	58 (32.22)	**107 (59.44)**	180 (100.00)
การติดต่อใช้บริการทางโทรศัพท์และทางอินเตอร์เน็ตไม่สะดวก	16 (11.35)	52 (36.88)	**73 (51.77)**	141 (100.00)
ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส เป็นต้น	9 (6.29)	49 (34.27)	**85 (59.44)**	143 (100.00)

จากตาราที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนสาขาให้บริการน้อยเกินไป ร้อยละ 62.81 ด้านที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกลแหล่งชุมชน ไม่สะดวกในการติดต่อ และไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ร้อยละ 59.44 เท่ากัน รวมถึงการติดต่อใช้บริการทางโทรศัพท์และทางอินเตอร์เน็ตไม่สะดวกพบปัญหาร้อยละ 51.77

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	การพบปัญหา	
	พบปัญหารวม	ไม่พบปัญหา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย	170 (52.96)	151 (47.04)
พนักงานออกไปติดต่อแนะนำการใช้บริการแก่ลูกค้าน้อย	127 (39.56)	194 (60.44)
การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่าน้อย	169 (52.65)	152 (47.35)
ไม่มีของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	221 (68.85)	100 (31.15)
มีการจัดกิจกรรมพิเศษให้ลูกค้ามีส่วนร่วมน้อยเกินไป	196 (61.06)	125 (38.94)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ ร้อยละ 68.85 มีการจัดกิจกรรมพิเศษให้ลูกค้ามีส่วนร่วมน้อยเกินไป ร้อยละ 61.06 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย ร้อยละ 52.96 และการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่าน้อย ร้อยละ 52.65

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย	26 (15.29)	**77 (45.29)**	67 39.41	170 (100.00)
พนักงานออกไปติดต่อแนะนำการใช้บริการแก่ลูกค้าน้อย	15 (11.81)	**58 (45.67)**	54 42.52	127 (100.00)
การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่าน้อย	16 (9.47)	52 (30.77)	**101 (59.76)**	169 (100.00)
ไม่มีของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	9 (4.07)	49 (22.17)	**163 (73.76)**	221 (100.00)
มีการจัดกิจกรรมพิเศษให้ลูกค้ามีส่วนร่วมน้อยเกินไป	26 (13.27)	77 (39.29)	**93 (47.45)**	196 (100.00)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ ร้อยละ 73.76 และการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่าน้อย ร้อยละ 59.76

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	การพบปัญหา	
	พบปัญหารวม	ไม่พบปัญหา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พนักงานไม่สุภาพ เรียบร้อย	55 (17.13)	266 (82.87)
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์	62 (19.31)	259 (80.69)
พนักงานขาดความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ	118 (36.76)	203 (63.24)
พนักงานไม่ให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	160 (49.84)	161 (50.16)
พนักงานไม่สนใจลูกค้า	127 (39.56)	194 (60.44)
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	89 (27.73)	232 (72.27)
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	52 (16.20)	269 (83.80)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านบุคลากร สำหรับปัญหาที่พบ ได้แก่ พนักงานไม่ให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ร้อยละ 49.84 พนักงานไม่สนใจลูกค้า ร้อยละ 39.56 และพนักงานขาดความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ ร้อยละ 36.76

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พนักงานไม่สุภาพ เรียบร้อย	3 (5.45)	23 (41.82)	**29 (52.73)**	55 (100.00)
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์	1 (1.61)	22 (35.48)	**39 (62.90)**	62 (100.00)
พนักงานขาดความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ	4 (3.39)	24 (20.34)	**90 (76.27)**	118 (100.00)
พนักงานไม่ให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	7 (4.38)	36 (22.50)	**117 (73.12)**	160 (100.00)
พนักงานไม่สนใจลูกค้า	2 (1.57)	35 (27.56)	**90 (70.87)**	127 (100.00)
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	1 (1.12)	38 (42.70)	**50 (56.18)**	89 (100.00)
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	1 (1.92)	20 (38.46)	**31 (59.62)**	52 (100.00)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านบุคลากร ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานขาดความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ ร้อยละ 76.27 พนักงานไม่ให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ร้อยละ 73.12 และพนักงานไม่สนใจลูกค้า ร้อยละ 70.87

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	การพบปัญหา	
	พบปัญหารวม	ไม่พบปัญหา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน และช้าเกินไป	252 (78.50)	69 (21.50)
การให้บริการมักมีข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง	141 (43.93)	180 (56.07)
ไม่รักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	63 (19.63)	258 (80.37)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อยุ่งยาก และซับซ้อนเกินไป	236 (73.52)	85 (26.48)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ สำหรับปัญหาที่พบได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน และช้าเกินไป ร้อยละ 78.50 และเอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป ร้อยละ 73.52

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน และช้าเกินไป	6 (2.38)	81 (32.14)	**165 (65.48)**	252 (100.00)
การให้บริการมักมีข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง	4 (2.84)	40 (28.37)	**97 (68.79)**	141 (100.00)
ไม่รักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	2 (3.17)	26 (41.27)	**35 (55.56)**	63 (100.00)
เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป	4 (1.69)	70 (29.66)	**162 (68.64)**	236 (100.00)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ได้แก่ การให้บริการมักมีข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง ร้อยละ 68.79 เอกสารที่ใช้ประกอบในการขอสินเชื่อยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป ร้อยละ 68.64 และขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน และช้าเกินไป ร้อยละ 65.48

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การพบปัญหา	
	พบปัญหารวม	ไม่พบปัญหา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการไม่ทันสมัย ไม่สะดวก และล่าช้า	86 (26.79)	235 (73.21)
บรรยากาศภายในธนาคารไม่ดี ไม่ทันสมัย และไม่สวยงาม	49 (15.26)	272 (84.74)
ภายในธนาคารไม่สะอาดและไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย	51 (15.89)	270 (84.11)
มีที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการไม่เพียงพอ	90 (28.04)	231 (71.96)
ที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่สะดวก	292 (90.97)	29 (9.03)
ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม	78 (24.30)	243 (75.70)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สำหรับปัญหาที่พบ ได้แก่ ที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่สะดวก ร้อยละ 90.97

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาที่พบด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา			พบปัญหารวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการไม่ทันสมัย ไม่สะดวก และล่าช้า	4 (4.65)	37 (43.02)	**45 (52.33)**	86 (100.00)
บรรยากาศภายในธนาคารไม่ดี ไม่ทันสมัย และไม่สวยงาม	3 (6.12)	20 (40.82)	**26 (53.06)**	49 (100.00)
ภายในธนาคารไม่สะอาดและไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย	1 (1.96)	21 (41.18)	**29 (56.86)**	51 (100.00)
มีที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการไม่เพียงพอ	9 (10.00)	24 (26.67)	**57 (63.33)**	90 (100.00)
ที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่สะดวก	48 (16.44)	**158 (54.11)**	86 (29.45)	292 (100.00)
ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม	1 (1.28)	34 (43.59)	**43 (55.13)**	78 (100.00)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ได้แก่ มีที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการไม่เพียงพอ ร้อยละ 63.33 ภายในธนาคารไม่สะอาดและไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ร้อยละ 56.86 และไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม ร้อยละ 55.13

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงร้อยละของปัญหาที่พบมากที่สุดในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ปัญหาที่พบมากที่สุด	ร้อยละ
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่สะดวก	90.97
ด้านการจัดจำหน่าย	จำนวนสาขาให้บริการน้อยเกินไป	86.29
ด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนในการบริการยุ่งยาก ซับซ้อน และช้าเกินไป	78.50
ด้านราคา	ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ สูงเกินไป เช่น ค่าบริการต่อภาษี ค่าธรรมเนียมในการ โอนรถยนต์	73.52
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	68.85
ด้านบุคลากร	พนักงานไม่ให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	49.84
ด้านผลิตภัณฑ์	การอนุมัติจำนวนเงินให้กู้ต่ำ	47.98

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่สะดวกมากที่สุดถึงร้อยละ 90.97 รองลงมาได้แก่ จำนวนสาขาให้บริการน้อยเกินไป ร้อยละ 86.29 และขั้นตอนในการบริการยุ่งยาก ซับซ้อน และช้าเกิน ไป ร้อยละ 78.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าในการปรับปรุงการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.พนักงานควรมีความรู้และ ความสามารถที่จะตอบปัญหาและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (3 ราย)

2.ธนาคารควรปรับปรุงระบบการให้บริการบางอย่างให้ซ้ำซ้อนน้อยลง เช่น การชำระค่างวด สำหรับงวดสุดท้ายพร้อมปิดบัญชี ควรให้บริการ ณ จุดเดียว (1ราย)

3.ธนาคารควรขยายสาขาให้มากขึ้น และควรมีสาขาให้ครบทุกจังหวัดเพื่อที่จะได้ใช้บริการได้อย่างสะดวก (1 ราย)

4.พนักงานควรให้บริการด้วยความเต็มใจและใส่ใจลูกค้าให้มากขึ้น (2 ราย)

5.ค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่อภาษี รวมถึงค่าธรรมเนียมในการเตรียมเอกสารเพื่อดำเนินการดังกล่าว ควรลดลงจากเดิมร้อยละ 80 หรือไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการให้บริการ (1 ราย)

6.ธนาคารควรมีสถานที่จอดรถให้เพียงพอแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ (4 ราย)

7.ในกรณีที่ลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาติดต่อธนาคาร ไม่ควรให้ลูกค้าถือสายรอนาน ควรโอนสายลูกค้าให้คุยกับเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบคำถามและช่วยแก้ปัญหาให้ได้ทันที ไม่ควรโอนไปมาหลายครั้ง (2 ราย)

8.พนักงานควรออกไปให้บริการลูกค้านอกสถานที่บ้าง ในบางครั้งที่ลูกค้าร้องขอ (1 ราย)

9.ธนาคารควรจะมีการจัดทำจดหมายแจ้งข่าวสารใหม่ๆ ในเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการไม่ว่าจะเป็นด้านเงินฝากหรือด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ให้ลูกค้าโดยส่งไปที่บ้าน (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved