

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้วิจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรีได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 225 ตัวอย่าง เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี และ นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ตั้งไว้ โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษานี้วิจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1- 6)

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ (ตารางที่ 7 - 11)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี (ตารางที่ 12- 19)

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ (ตารางที่ 20 -43)

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี (ตารางที่ 44-46)

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ สถิติร้อยละ (Percentage) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	159	70.70
หญิง	66	29.30
รวม	225	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็น ร้อยละ 70.70 เป็นเพศหญิง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30

ตาราง 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	6	2.70
21 – 30 ปี	39	17.30
31 – 40 ปี	92	40.90
41 – 50 ปี	70	31.10
51 ปีขึ้นไป	18	8.00
รวม	225	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 มีอายุระหว่าง 21-30 ปีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 มีอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไปจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	123	54.70
สมรส	97	43.10
หย่าร้าง/ม่าย	5	2.20
รวม	225	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพ โสดมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็น ร้อยละ 54.70 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 สถานภาพหย่าร้าง/ม่าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	19.10
พนักงานบริษัทเอกชน	63	28.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	87	38.70
เกษตรกร	32	14.20
รวม	225	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 เกษตรกร จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	14	6.20
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	4.90
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	42	18.70
อนุปริญญา/ปวส.	79	35.10
ปริญญาตรี	71	31.60
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	8	3.60
รวม	225	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาอนุปริญญา /ปวส. มากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 ประถมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และ ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	57	25.40
20,001 – 30,000 บาท	90	40.00
30,001 – 40,000 บาท	46	20.40
40,001 บาท ขึ้นไป	32	14.20
รวม	225	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.40 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.40 และ มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งของการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

การให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	189	84.00
3-4 ครั้ง	21	9.30
มากกว่า 4 ครั้ง	15	6.70
รวม	225	100.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำนวน 1-2 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมา คือมีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ 3-4 ครั้ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และมีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์มากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
บมจ.ธนาคารทีสโก้	52	23.10
บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์	20	8.90
บมจ.ธนาคารธนชาติ	37	16.40
บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน	22	9.80
บมจ.เงินทุนสินอุตสาหกรรม	0	0.00
บมจ.อยุธยา แคปปิตอล ออโตลิส	6	2.70
บมจ.ราชธานีลิสซิ่ง	0	0.00
บจก.โตโยต้า ลิสซิ่ง (ประเทศไทย)	80	35.60
บมจ.ลิสซิ่งกลีกรไทย	19	8.40
บจก.ฮอนด้า ลิสซิ่ง (ประเทศไทย)	18	8.00
บจก.เคทีบี ลิสซิ่ง	4	1.80

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 225 คน

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของ บจก.โตโยต้า ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 รองลงมาคือ ใช้บริการสินเชื่อของ บมจ.ธนาคารทีสโก้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 บมจ.ธนาคารธนชาติ จำนวน 37 คน 16.40 บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 บมจ.ลิสซิ่งกลีกรไทย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 บจก.ฮอนด้า ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 บมจ.อยุธยา แคปปิตอล ออโตลิส จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 บจก.เคทีบี ลิสซิ่ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 บมจ.เงินทุนสินอุตสาหกรรมและบมจ.ราชธานีลิสซิ่ง จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	82	36.40
ญาติพี่น้อง	7	31.10
เพื่อนบ้านหรือคนรู้จัก	5	2.20
บุคคลในครอบครัว	53	23.60
พนักงานขาย	78	34.70
รวม	225	100.00

จากตาราง 9 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัดสินใจด้วยตนเองจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาคือ พนักงานขายจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 34.70 บุคคลในครอบครัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 ญาติพี่น้องจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 เพื่อนบ้านหรือคนรู้จัก 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

สื่อที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	43	19.10
โทรทัศน์	132	58.70
หนังสือพิมพ์	70	31.10
นิตยสาร	14	6.20
ป้ายโฆษณา	72	32.00
ใบปลิว	4	1.80
หน่วยรถโฆษณา	23	10.20
อินเทอร์เน็ต	63	28.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 225 คน

จากตาราง 10 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ โทรทัศน์จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 หนังสือพิมพ์จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 อินเทอร์เน็ตจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 วิทยุจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 หน่วยรถโฆษณาจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 นิตยสารจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ใบปลิวจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางในการชำระเงินค่า
งวดรถยนต์

ช่องทางในการชำระค่างวดรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เคาน์เตอร์ธนาคาร	109	48.40
หักผ่านบัญชีธนาคาร	36	16.00
เคาน์เตอร์เซอร์วิส	65	28.90
จ่ายเช็คล่วงหน้า	15	6.70
รวม	225	100.00

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ช่องทางในการชำระค่างวดรถยนต์
ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 รองลงมาคือเคาน์เตอร์เซอร์วิสจำนวน
65 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 หักผ่านบัญชีธนาคารจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 จ่ายเช็ค
ล่วงหน้าจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 12 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.94	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.01	มาก	3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	มาก	5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75	มาก	7
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.14	มาก	2
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.19	มาก	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.89	มาก	6

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรีเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านบุคลากร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการส่งเสริมการตลาดระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย แปล ผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ ลูกค้า	36 16.00	131 58.20	42 18.70	6 2.70	10 4.40	225 100.00	3.78 มาก	5
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	25 11.10	127 56.40	56 24.90	17 7.60	0 0.00	225 100.00	3.71 มาก	6
สามารถกำหนดวันชำระ ค่างวดได้ตามต้องการ	30 13.30	137 60.90	49 21.80	9 4.00	0 0.00	225 100.00	3.83 มาก	4
ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน	73 32.40	112 49.80	40 17.80	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.14 มาก	2
ผ่อนหมดสามารถโอน ทะเบียนได้ทันที	64 28.40	135 60.00	26 11.60	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.16 มาก	1
มีบริการที่หลากหลาย ครบวงจร	41 18.20	149 66.20	35 15.60	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.02 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม							3.94 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัย ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.16) ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) และระยะเวลาการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
อัตราดอกเบี้ย	139 61.80	48 21.30	38 16.90	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.44 มาก	1
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระ ต่องวด	87 38.70	79 35.10	49 21.80	5 2.20	5 2.20	225 100.00	4.05 มาก	2
ค่าประกันคุ้มครอง สินเชื่อ	34 15.10	94 41.80	76 33.80	10 4.40	11 4.90	225 100.00	3.57 มาก	4
อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ)	85 37.80	57 25.30	77 34.20	1 0.40	5 2.20	225 100.00	3.96 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม							4.01 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมใน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับ มากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.44) จำนวนเงินที่ผ่อน ชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 4.05) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งาน ทะเบียน อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ยแปดผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ	46 20.40	128 56.90	51 22.70	0 0.00	0 0.00	225 100.00	3.97 มาก	2
มีจำนวนสาขามาก	24 10.70	127 56.40	64 28.40	10 4.40	0 0.00	225 100.00	3.73 มาก	6
มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ	43 19.10	126 56.00	46 20.40	10 4.40	0 0.00	225 100.00	3.89 มาก	4
มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์	45 20.00	124 55.10	51 22.75	5 2.20	0 0.00	225 100.00	3.92 มาก	3
มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	27 12.00	119 52.90	63 28.00	16 7.10	0 0.00	225 100.00	3.69 มาก	7
สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้	73 32.40	136 60.40	16 7.10	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.25 มาก	1
มีบริการทำสัญญานอกสถานที่	63 28.00	93 41.30	42 18.70	27 12.00	0 0.00	225 100.00	3.85 มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.90 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ

(ค่าเฉลี่ย 3.97) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีบริการทำสัญญาณออกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 16 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต	17 7.60	148 65.80	50 22.20	10 4.40	0 0.00	225 100.00	3.76 มาก	3
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน	15 6.70	135 60.00	70 31.10	5 2.20	0 0.00	225 100.00	3.71 มาก	4
มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง	14 6.20	98 43.60	107 47.60	6 2.70	0 0.00	225 100.00	3.53 มาก	6
การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ	17 7.60	90 40.00	98 43.60	15 6.70	5 2.20	225 100.00	3.44 ปานกลาง	7
รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ	28 12.40	109 48.40	71 31.60	12 5.30	5 2.20	225 100.00	3.63 มาก	5
ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินปันพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ	79 35.10	109 48.40	21 9.30	11 4.90	5 2.20	225 100.00	4.09 มาก	2
มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด	76 33.80	101 44.90	47 20.90	1 0.40	0 0.00	225 100.00	4.12 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม							3.75 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ มีส่วนลดดอกเบียหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.12) ลูกค้ำเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.76) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.71) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้ำใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ การแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคใน
อำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
พนักงานให้คำแนะนำและ คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	59 26.20	126 56.00	39 17.30	1 0.40	0 0.00	225 100.00	4.08 มาก	5
พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลในสิ่ง ที่ต้องการทราบได้อย่าง ชัดเจน	74 32.90	123 54.70	28 12.40	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.20 มาก	2
ความรู้และความสามารถ ของพนักงาน	51 22.70	151 67.10	22 9.80	1 0.40	0 0.00	225 100.00	4.12 มาก	4
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	77 34.20	118 52.40	30 13.30	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.20 มาก	2
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี และแต่งกายเหมาะสม	44 19.60	141 62.70	40 17.80	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.01 มาก	6
ความมีน้ำใจ มีมนุษย สัมพันธ์ และมารยาทที่ดี ของพนักงาน	55 24.40	134 59.60	35 15.60	1 0.40	0 0.00	225 100.00	4.08 มาก	5
ความสะดวกในการติดต่อ กับพนักงาน	70 31.10	131 58.20	24 10.70	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.20 มาก	2
มีจำนวนพนักงานที่ ให้บริการเพียงพอ	62 27.60	150 66.70	13 5.80	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.21 มาก	1
พนักงานมีความเสมอภาค ในการให้บริการ	74 32.90	117 52.00	34 15.10	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.17 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม							4.14 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตาราง 18 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ	88 39.10	105 46.70	32 14.20	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.24 มาก	2
เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	107 47.60	85 37.80	33 14.70	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.32 มาก	1
เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ	68 30.20	117 52.00	40 17.80	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.12 มาก	5
มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน	80 35.60	121 53.80	23 10.20	1 0.40	0 0.00	225 100.00	4.24 มาก	2
ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ	47 20.90	150 66.70	28 12.40	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.08 มาก	6
สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว	57 25.30	150 66.70	18 8.00	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.17 มาก	3
การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง	51 22.70	161 71.60	13 5.80	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.16 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม							4.19 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติและมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) สามารถรับชำระ

ค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.16) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ใช้เทคโนโลยี และระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 19 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ ขององค์กร	52 23.10	135 60.00	38 16.90	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.06 มาก	2
สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร	46 20.40	155 68.90	24 10.70	0 0.00	0 0.00	225 100.00	4.09 มาก	1
สถานประกอบการตกแต่ง อย่างสวยงามทันสมัย และ ภายในมีบรรยากาศที่ดี	32 14.20	129 57.30	58 25.80	6 2.70	0 0.00	225 100.00	3.83 มาก	4
สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย	22 9.80	155 68.90	48 21.30	0 0.00	0 0.00	225 100.00	3.88 มาก	3
สถานประกอบการมีความ สะอาดเป็นระเบียบ	24 10.70	139 61.80	62 27.60	0 0.00	0 0.00	225 100.00	3.83 มาก	4
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วัสดุสำหรับบริการ ลูกค้า	34 15.10	118 52.40	67 29.80	6 2.70	0 0.00	225 100.00	3.80 มาก	5
ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ	24 10.70	122 54.20	74 32.90	5 2.20	0 0.00	225 100.00	3.73 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม							3.89 มาก	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความมี

ชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.06) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน
ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.88) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศ
ที่ดีและสถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร
โทรทัศน์ ไร้สายให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา
กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตาม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 20 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.07 (มาก)	4.21 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)	3.77 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ
สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม
ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมาก
โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านการส่งเสริม
การตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมาก
โดยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดย
เรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ
ทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดย
เรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ

ตาราง 21 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)
สามารถกำหนดวันชำระค่างวด ได้ตามต้องการ	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)
ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน	4.41 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)	4.12 (มาก)
ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียน ได้ทันที	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)
มีบริการที่หลากหลายครบวงจร	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	4.18 (มาก)
รวม	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่า
ซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ใน
ระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.41)
รองลงมาคือ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีบริการที่หลากหลายครบ

วงจร (ค่าเฉลี่ย 4.04) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.97) ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.83)วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 4.04)) ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.84) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.13)รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.94) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.79) ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.06)สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.90) ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.75) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตาราง 22 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ย	4.46 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.34 (มาก)
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด	4.37 (มาก)	4.31 (มาก)	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ)	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)
รวม	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 30 พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 4.37) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 4.18) ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก

โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 4.31) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.98) ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ ตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.88) จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.93) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.81) ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตาราง 23 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ	4.11 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
มีจำนวนสาขามาก	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)
มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.71 (มาก)
มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)
มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและ เคาน์เตอร์เซอร์วิสได้	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)
มีบริการทำสัญญาออกสถานที่	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.97 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 23 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ
สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก
ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.82) บริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) บริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีบริการสอบถามทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตาราง 24 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ ใบปลิวถึงท่าน โดยตรง	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ	3.32 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)
ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ	4.37 (มาก)	4.23 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)
มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด	4.16 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)	3.90 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 24 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน

การส่งเสริมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.16) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.67) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือมีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.20) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.87) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.84) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.75) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.64) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.41) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.81) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.65) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.65) รางวัลสมนาคุณ หากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.34)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 25 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการบุคลากร	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.09 (มาก)	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและ ให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่าง ชัดเจน	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	4.31 (มาก)
ความรู้และความสามารถของพนักงาน	4.37 (มาก)	4.09 (มาก)	3.98 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.37 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกาย เหมาะสม	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)
ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และ มารยาทที่ดีของพนักงาน	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)	4.15 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน	4.11 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการ ให้บริการ	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.05 (มาก)	4.25 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.07 (มาก)	4.21 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตาราง 25 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 26 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.09 (มาก)
เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.11 (มาก)	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อ เหมาะสมกับการขอใช้บริการ	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	3.96 (มาก)	4.21 (มาก)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน	4.44 (มาก)	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)
ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ ร่วมในการให้บริการ	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)	4.21 (มาก)
สามารถรับชำระค่าบริการได้ สะดวกรวดเร็ว	4.32 (มาก)	4.15 (มาก)	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)
การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่าง ต่อเนื่อง	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	4.05 (มาก)	4.28 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 26 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีระบบการทำงานที่

ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.32) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.13) เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.11) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.23) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.28) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.18) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ตาราง 27 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของ องค์กร	4.25 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)
สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคง ถาวร	4.25 (มาก)	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	3.87 (มาก)
สถานประกอบการตกแต่งอย่าง สวยงามทันสมัย และภายในมี บรรยากาศที่ดี	3.69 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	3.75 (มาก)
สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)
สถานประกอบการมีความสะอาดเป็น ระเบียบ	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	3.97 (มาก)	3.68 (มาก)
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ สำหรับบริการลูกค้า	3.76 (มาก)	3.65 (มาก)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)
ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และ ห้องน้ำ	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)	3.77 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 27 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการบริการในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วัสดุสำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.69) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.01) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วัสดุสำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.05) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วัสดุสำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกรรวม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ

ได้ดึงนี่ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือสถานประกอบการ ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วัสดุสำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานประกอบการ มีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.68)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 28 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่าง ๆ	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษา ตอนปลายหรือ ต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรีหรือ สูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.99 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.13 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ
สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 29 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		
	มัธยม ศึกษา ตอนปลายหรือ ต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรีหรือ สูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า	3.63 (มาก)	4.01 (มาก)	3.69 (มาก)
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)
สามารถกำหนดวันชำระค้างงวด ได้ตามต้องการ	3.67 (มาก)	4.02 (มาก)	3.78 (มาก)
ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน	4.29 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)
ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียน ได้ทันที	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	4.15 (มาก)
มีบริการที่หลากหลายครบ วงจร	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)
รวม	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 29 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ได้ดังนี้ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีบริการที่

หลากหลายครบวงจร(ค่าเฉลี่ย 4.02) ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.77) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.67) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที(ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 4.02)วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.01) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร(ค่าเฉลี่ย 3.94)ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.15)รองลงมาคือ มีบริการที่หลากหลายครบวงจร(ค่าเฉลี่ย 4.10)ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.78) ระยะเวลาการผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 3.74)วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.69)

ตาราง 30 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ย	4.39 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการงานทะเบียน อื่น ๆ)	3.88 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 30 พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 4.00) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคืออัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.05) จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.96) และค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.50) จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 4.20) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตาราง 31 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)
มีจำนวนสาขามาก	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ	3.61 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์	3.86 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	3.82 (มาก)
สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้	4.42 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)
มีบริการทำสัญญานอกสถานที่	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)	4.06 (มาก)
รวม	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.99 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 31 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และให้

ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้(ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือมีบริการทำสัญญาณนอกสถานที่(ค่าเฉลี่ย 4.00) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย 3.61) มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต(ค่าเฉลี่ย 3.55) มีจำนวนสาขามาก(ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา /ปวส.ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือมีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต(ค่าเฉลี่ย 3.69) มีจำนวนสาขามาก(ค่าเฉลี่ย 3.67) มีบริการทำสัญญาณนอกสถานที่(ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือมีบริการทำสัญญาณนอกสถานที่(ค่าเฉลี่ย 4.06) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีจำนวนสาขามาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต(ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตาราง 32 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษา ตอนปลายหรือ ต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรีหรือ สูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต	3.61 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.80 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ	3.51 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ	3.94 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีที่กำหนด	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)
รวม	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 32 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.73) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.61) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่าน โดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.08) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.82) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.59) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่าน โดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.03) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.83) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตาราง 33 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรีหรือ สูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษา อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและ ให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่าง ชัดเจน	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)
ความรู้และความสามารถของพนักงาน	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกาย เหมาะสม	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)
ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และ มารยาทที่ดีของพนักงาน	4.01 (มาก)	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน	4.26 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.10 (มาก)	4.34 (มาก)	4.19 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคในการ ให้บริการ	4.10 (มาก)	4.30 (มาก)	4.11 (มาก)
รวม	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.13 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตาราง 41 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือพนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ และ พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.34) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานมีความน่าเชื่อถือและความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตาราง 34 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ	4.23 (มาก)	4.36 (มาก)	4.14 (มาก)
เงื่อนใจและขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.32 (มาก)	4.41 (มาก)	4.24 (มาก)
เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน	4.11 (มาก)	4.27 (มาก)	4.32 (มาก)
ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ ร่วมในการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.02 (มาก)
สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวก รวดเร็ว	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
มีการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 34 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และให้

ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.23) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน และมีการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ และใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.27) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็วและมีการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.20) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.14) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตาราง 35 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้าน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษา ตอนปลายหรือ ต่ำกว่า	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรีหรือ สูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)
สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วัสดุสำหรับบริการ ลูกค้า	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)
ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)
รวม	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 35 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.80) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โฆษณานี้ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา /ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โฆษณานี้ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.10) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โฆษณานี้ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตาราง 36 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านต่างๆ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.79 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.76 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	3.58 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	3.61 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.56 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.19 (มาก)	4.06 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.14 (มาก)	4.16 (มาก)	4.38 (มาก)	4.10 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	4.02 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ
สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ
กับทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยใน
ระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 37 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า	3.57 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
ระยะเวลาการผ่อนชำระ	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
สามารถกำหนดวันชำระค่า งวดได้ตามต้องการ	3.56 (มาก)	3.82 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.78 (มาก)
ผ่อนหมดสามารถโอน ทะเบียนได้ทันที	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.34 (มาก)	3.81 (มาก)
มีบริการที่หลากหลายครบ วงจร	3.77 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระยะเวลาการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.77) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 4.20) ไม่ต้องใช้ผู้ค้าประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ระยะเวลาการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.88) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ไม่ต้องใช้ผู้ค้าประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 4.23) สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ระยะเวลาการผ่อนชำระ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.81) ไม่ต้องใช้ผู้ค้าประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีบริการที่หลากหลายครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระยะเวลาการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตาราง 38 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ย	4.15 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)
จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อ งวด	3.98 (มาก)	4.33 (มาก)	3.91 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ	3.36 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.91 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ)	3.54 (มาก)	4.15 (มาก)	4.39 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.76 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	3.58 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.98) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.71) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก

โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.78) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.39) จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด และ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด (ค่าเฉลี่ย 3.62) อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตาราง 39 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวก ต่อการติดต่อ	3.89 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)
มีจำนวนสาขามาก	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
มีบริการที่จอดรถเพียงพอ	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
มีบริการสอบถามทาง โทรศัพท์	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)	3.50 (มาก)
มีบริการติดต่อทาง อินเทอร์เน็ต	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)
สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้	4.29 (มาก)	4.26 (มาก)	4.13 (มาก)	4.31 (มาก)
มีบริการทำสัญญานอก สถานที่	3.73 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
รวม	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	3.61 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตาราง 39 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการ
สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ โดยรวมอยู่ในระดับ
มากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิส (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีจำนวนสาขามาก และทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.88)) มีจำนวนสาขามาก และ มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์และสามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีจำนวนสาขามาก และมีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ และมีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีจำนวนสาขามาก และ มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีบริการทำสัญญานอกสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตาราง 40 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต	3.70 (มาก)	3.81 (มาก)	3.52 (มาก)	4.09 (มาก)
ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและ ครบถ้วน	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ด้วย จดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.75 (มาก)
การแจกของขวัญ ของชำร่วยใน โอกาสต่าง ๆ	3.54 (มาก)	3.61 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำ ลูกค้าใหม่มาใช้บริการ	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับ เงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ย ต่ำกว่าปกติ	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	3.37 (ปานกลาง)
มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชี ก่อนกำหนด	4.03 (มาก)	4.16 (มาก)	4.39 (มาก)	3.75 (มาก)
รวม	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.56 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตาราง 40 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ลูกค้ำเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.03) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.77) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง และการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.54) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้ำใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ ลูกค้ำเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.81) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.73) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้ำใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ ลูกค้ำเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงินพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.63) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้คือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.39) รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้ำใหม่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.67) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีการประชาสัมพันธ์ด้วย

จดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.52) และ การแจกของขวัญ ของชำร่วยใน โอกาสต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่าน โดยตรง และมีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.75) ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ และ รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตาราง 41 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและ คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)
ความรู้และความสามารถของ พนักงาน	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.38 (มาก)	4.06 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและ แต่งกายเหมาะสม	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)
ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงาน	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.15 (มาก)
มีจำนวนพนักงานที่ ให้บริการเพียงพอ	4.19 (มาก)	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความเสมอภาคใน การให้บริการ	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	4.39 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.19 (มาก)	4.06 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49
น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความรู้และความสามารถของพนักงาน และ พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.26) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน และ ความรู้และความสามารถของพนักงาน ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม และ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม และ ความรู้และความสามารถของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 42 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000บาท	40,001บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)
เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.19 (มาก)	4.37 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)
เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	3.84 (มาก)
มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน	4.15 (มาก)	4.23 (มาก)	4.41 (มาก)	4.18 (มาก)
ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วม ในการให้บริการ	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	4.39 (มาก)	4.18 (มาก)
สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวก รวดเร็ว	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.36 (มาก)	4.03 (มาก)
การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่าง ต่อเนื่อง	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)	4.26 (มาก)	4.18 (มาก)
รวม	4.14 (มาก)	4.16 (มาก)	4.38 (มาก)	4.10 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว และการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.19) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และ เงื่อนไขขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.26) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน และการปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ และ เงื่อนไขขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย

4.15) สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.03) เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสม กับการขอใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตาราง 43 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร	3.91 (มาก)	4.22 (มาก)	3.91 (มาก)	4.09 (มาก)
สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)
สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)
สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์สำนักงาน ที่ทันสมัย	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)	4.15 (มาก)
สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ	3.70 (มาก)	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)
มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)	3.58 (มาก)	3.96 (มาก)
ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.60 (มาก)	3.87 (มาก)
รวม	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	4.02 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร และ สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.91) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.84) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.91) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย และ สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญได้ดังนี้ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (ค่าเฉลี่ย 4.25) สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โฆษน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.90) ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์
ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ตาราง 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหา และ
ข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี

ผู้ตอบ / ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถาม	26	11.56
ไม่ตอบแบบสอบถาม	199	88.44
รวม	225	100.00

จากตาราง 44 พบว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 225 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถาม
26 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.56

ตาราง 45 แสดงปัญหาที่พบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี จำนวน 225 ราย จำแนกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

ลักษณะของปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์		
ลูกค้าไม่ได้รับวงเงินสินเชื่อตามที่ต้องการ	2	20
ลูกค้าไม่สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้	4	40
เสียเวลาในการหาผู้ค้ำประกันหรือไม่สามารถหาได้	3	30
ผ่อนค่างวดครบแล้วแต่ต้องรอโอนทะเบียนอีกหลายวัน	1	10
รวม	10	100.00
ด้านราคา		
อัตราดอกเบี้ยสูง	5	41.66
อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ สูงเกินไป	7	58.34
รวม	12	100.00
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
ไม่สามารถติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตได้	2	
รวม	2	100.00
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด		
ไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ โทรทัศน์	4	36.36
การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีรายละเอียดไม่ชัดเจน	2	18.18
ไม่มีส่วนลดกรณีกรณีชำระค่างวดก่อนกำหนด	5	45.46
รวม	11	100.00
ด้านบุคลากร		
พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามได้และให้ข้อมูลไม่ชัดเจน	2	22.22
พนักงานพูดจาไม่สุภาพกรณีติดตามค่างวดค้างชำระ	5	55.56
ลูกค้าไม่สามารถติดต่อพนักงานได้กรณีเกิดปัญหาหรือต้องการคำปรึกษา	2	22.22
รวม	9	100.00

ลักษณะของปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านกระบวนการให้บริการ		
รอผลการอนุมัติสินเชื่อนาน	2	28.57
เงื่อนงำขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อน	3	42.86
ขอเอกสารประกอบคำขอสินเชื่อมากเกินไป	2	28.57
รวม	7	100.00
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ		
สถานที่จอดรถมีน้อย ไม่เพียงพอ	5	83.33
การจัดวางเอกสาร และ อุปกรณ์ ภายในสำนักงานไม่เป็นระเบียบ	1	16.67
รวม	6	100.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

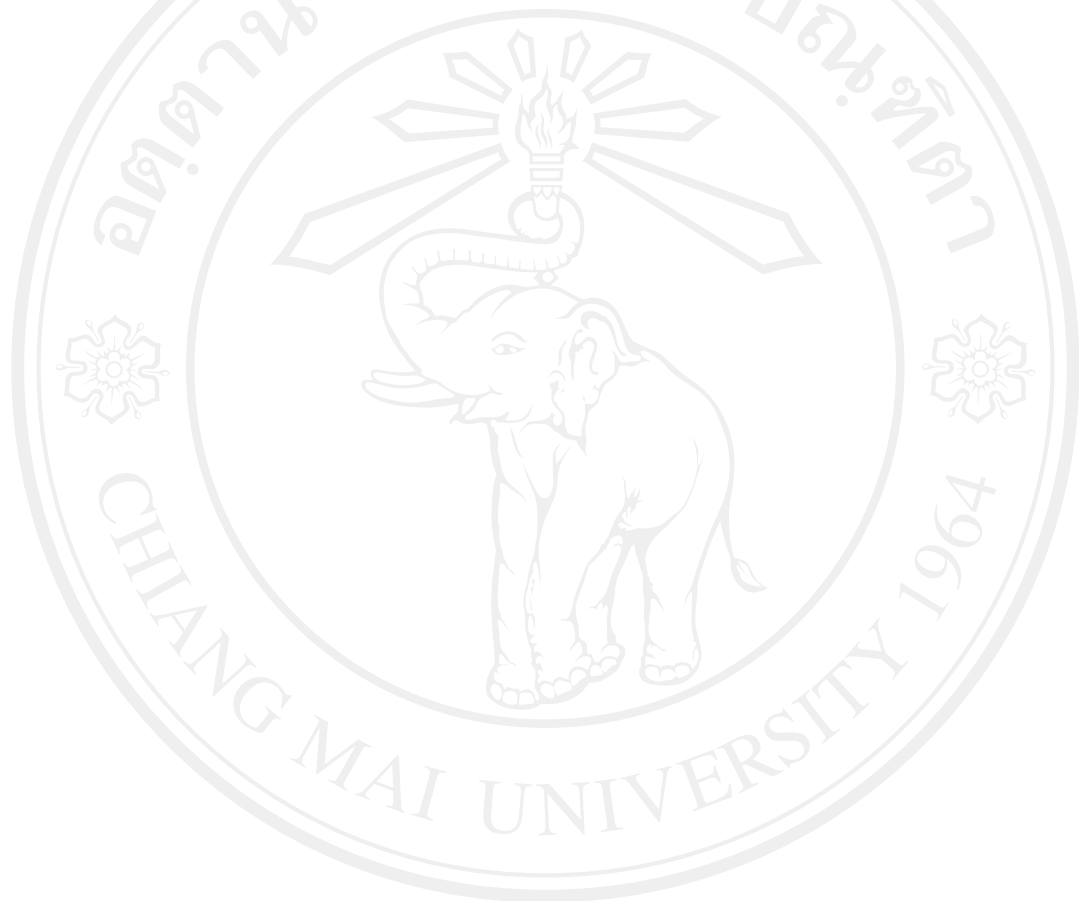
จากตารางที่ 45 พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรีมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา จำนวน 12 ราย รองลงมา คือปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำนวน 11 ราย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 ราย ปัจจัยด้านบุคลากร จำนวน 9 ราย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 7 ราย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 6 ราย และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนข้อเสนอแนะจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองราชบุรี จำนวน 225 ราย จำแนกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

ข้อเสนอแนะต่าง ๆ	จำนวน
ด้านผลิตภัณฑ์	
ลูกค้าสามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้	4
ลูกค้าสามารถใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันแทนบุคคลค้ำได้	3
รวม	7
ด้านราคา	
อัตราค่าธรรมเนียมควรอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมเป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกองค์กร	5
รวม	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
เพิ่มช่องทางการบริการทางอินเทอร์เน็ต	2
รวม	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	
เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์	5
มีส่วนลดกรณีชำระค่างวดก่อนกำหนด	7
รวม	12
ด้านบุคลากร	
มีการอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการบริการลูกค้า	5
รวม	5
ด้านกระบวนการให้บริการ	
ทราบผลการอนุมัติเร็ว	3
ขั้นตอนการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3
รวม	6
ด้านลักษณะทางกายภาพ	
ทำเลที่ตั้งเหมาะสมสะดวกต่อการติดต่อ	5
ควรจัดให้มีที่จอดรถรองรับลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก	4
การจัดวางเอกสาร และ อุปกรณ์ภายในสำนักงานให้เป็นระเบียบ สะอาด	1
รวม	10

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรีมากที่สุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 12 ราย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวน 10 ราย และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 ราย ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 6 ราย ราคา จำนวน 5 ราย ด้านบุคลากร จำนวน 5 ราย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 2 ราย ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved