

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ
บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นายมีชัย แยมภาค

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

338.47
ม 596 ค
ท. 3

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและリースซึ่งของ
บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

ของ

นายมีชัย แยมภาค

26 ส.ค. 2546



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2546

ท 227063 ท. 3

มีชัย แยมภาค. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง.

การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ โดยจำแนกตาม ประเภทนิติบุคคล ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และ รายได้ของธุรกิจต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีแอลเอสดี

ผลการศึกษาค้นคว้า ปรากฏว่า

1.ลูกค้าของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ในด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และ ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับพึงพอใจ

2.ลูกค้าที่มีประเภทของนิติบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทโดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD THE HIRE PURCHASE AND LEASING
SERVICE OF SIAM PANICH LEASIG PUBLIC COMPANY IN BANGKOK
METROPOLITAN AREA**

AN ABSTRACT

BY

MR.MEECHAI YAEMPHAK

**Presented in Partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
May 2003**

Meechai Yaemphak. (2003). *Customers' Satisfaction toward the Hire Purchase and Leasing Service of Siam Panich Leasing Public Company in Bangkok Metropolitan Area*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr.Apiruth Tangkrachang.

The purposes of this study were to study satisfaction levels of customers toward the hire purchase and leasing service of Siam Panich Leasing Public Company in Bangkok metropolitan area relating to Condition for granting the credit, Servicing and Image of company as classified by type of organization, type of business, size of business, period of business operation and monthly operating income. The population group used for this study consisted of 400 customers who granted the hire purchasing and leasing service of Siam Panich Leasing Public Company in Bangkok metropolitan area. The instruments used for data collection were a five level rating scale questionnaire. The statistics devices for analysis data were percentage, arithmetic means and standard deviation. The statistics devices for analysis hypothesis were one-way analysis of variance and multiple comparison by Least-Significant Difference (LSD).

The result of this study were as follows:

1.The customers' satisfaction to the hire purchase and leasing service of Siam Panich Leasing Public Company relating to Condition for granting the credit, Servicing and Image of company were at satisfied level.

2.The customers of different type of organization had service satisfaction relating Condition for granting the credit, Servicing and Image of company as a whole and in all individual aspects with no statistically significant difference.

3.The customers of different type of business had service satisfaction relating Condition for granting the credit, Servicing and Image of company as whole aspects with no statistically significant difference but Condition for granting the credit and Image of company aspects had a statistically significant difference at the 0.05 level, Servicing aspects with statistically significant difference at the 0.01 level.

4.The customers of different size of business had service satisfaction relating Condition for granting the credit, Servicing and Image of company as whole aspects with no statistically significant difference but Condition for granting the credit aspects had a statistically significant difference at the 0.05 level.

5.The customers of different period of business operation had service satisfaction relating Condition for granting the credit, Servicing and Image of company as a whole and in all individual aspects with statistically significant difference at the 0.01 level.

6.The customers with different level of monthly operating income had service satisfaction relating Condition for granting the credit, Servicing and Image of company as a whole and in all individual aspects with no statistically significant difference.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)
วันที่.....พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถอย่างสูงของ อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนกระทั่งสารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ อีกทั้ง รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา แนะนำข้อบกพร่องของแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสารนิพนธ์นี้เป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาที่ดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ที่ได้อนุญาตให้ศึกษาสารนิพนธ์เกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง โดยเฉพาะ คุณชัชวาล เกียรติไกรกังวาน กรรมการผู้จัดการ คุณประเสริฐ ธีรสวัสดิ์ ผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อและการตลาด-ลีสซิ่ง และคุณจารินี สัตยาบัน เลขานุการกรรมการผู้จัดการ ตลอดจนพี่ๆเพื่อนๆ ในบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ที่คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในทุกๆ ด้านมาตลอด

ท้ายสุดนี้ คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่ได้จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับคุณพ่อและคุณแม่ ที่ได้อบรมสั่งสอนปลูกฝังคุณงามความดี ความมานะ และความพยายาม ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้กับผู้วิจัย ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

มีชัย แยมภาค

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ..... 1
	ภูมิหลัง..... 1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 5
	ความสำคัญของการวิจัย..... 5
	ขอบเขตการทำการวิจัย..... 6
	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 6
	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา..... 6
	นิยามศัพท์..... 7
	กรอบความคิดในการวิจัย..... 8
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า..... 9
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 10
	ความพึงพอใจต่อการให้บริการ..... 10
	การวัดความพึงพอใจต่อบริการ..... 13
	ความหมายและประเภทของลีสซิ่ง..... 14
	ความหมายและลักษณะสำคัญของเช่าซื้อ..... 14
	ขั้นตอนดำเนินงานของธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง..... 15
	ประเภทของทรัพย์สินที่ควรทำเช่าซื้อและลีสซิ่ง..... 16
	ประโยชน์ของการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง..... 17
	การเปรียบเทียบระหว่างเช่าซื้อและลีสซิ่ง..... 19
	ประวัติการเช่าซื้อและลีสซิ่งในประเทศไทย..... 21
	ประวัติความเป็นมาของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)..... 22
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 28
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 32
	แหล่งข้อมูล ประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง..... 32
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 33
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 34
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 34
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	63
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
อภิปรายผล.....	70
ข้อเสนอแนะ.....	75
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	76
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก.....	80
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	94

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศไทย ปี 2540-2544.....	3
2 การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่งในประเทศไทยในปี 2543.....	4
3 ผลการดำเนินงานของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2542-2544.....	4
4 การเปรียบเทียบระหว่างการเช่าซื้อกับลีสซิ่ง.....	21
5 รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ปี 2544.....	24
6 โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน).....	25
7 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ ประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจ ต่อเดือน.....	40
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า โดยรวมทุกด้าน และ รายด้าน.....	42
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้ สินเชื่อโดยรวมและรายข้อ.....	43
10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขการให้บริการ โดยรวมและรายข้อ.....	44
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านภาพลักษณ์ โดยรวมและรายข้อ.....	45
12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อ และลีสซิ่งด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล.....	46
13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ที่มีประเภท นิติบุคคลแตกต่างกัน.....	47
14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้ สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....	48
15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตาม ประเภทของธุรกิจ.....	50
16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม ประเภทของธุรกิจ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ.....	51
17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม ประเภทของธุรกิจ ด้านการให้บริการ.....	52

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม ประเภทของธุรกิจ ด้านภาพลักษณ์.....	53
19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้ สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามขนาดธุรกิจ.....	54
20	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตาม ขนาดของธุรกิจ.....	55
21	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ เป็นรายคู่ด้วย วิธีการของ LSD โดยจำแนกตามขนาดของธุรกิจ.....	56
22	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้ สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ.....	57
23	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตาม จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ.....	58
24	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ...	59
25	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามรายได้ของธุรกิจต่อเดือน.....	60
26	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตาม รายได้ของธุรกิจต่อเดือน.....	61
27	ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน).....	62

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2 เครือข่ายในการสร้างคุณค่า (The Generic Value Chain).....	12
3 โครงสร้างองค์การของ บริษัท สยามพาณิชย์สีสซึ่ง จำกัด (มหาชน).....	28

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ภายหลังวิกฤติการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2540 ปัญหาการลอยตัวของค่าเงินบาท ปัญหาการว่างงานที่สูงขึ้น การลดกำลังซื้อของภาคเอกชน ส่งผลกระทบโดยตรงธุรกิจทุกภาคอุตสาหกรรม และการบริการ หลายกิจการไม่อาจทนอยู่รอดต่อวิกฤติการณ์ดังกล่าว และจำเป็นต้องล้มเลิกกิจการลงไปอย่างสิ้นเชิง ในขณะที่หลายกิจการสามารถฟื้นฟ้อุปสรรคจากปัญหาเศรษฐกิจ และอยู่รอดมาได้จนถึงปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทยมิได้หมดไปอย่างเสร็จสิ้น แต่ยังคงดำเนินอยู่ดังเช่น ภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีหลายกิจการอีกเช่นกันที่มีการปรับตัวที่ดีกับวิกฤติการณ์ และสามารถขยายกิจการจนประสบผลสำเร็จที่ดีได้

ในการขยายตัวของกิจการ สิ่งหนึ่งคือมีความจำเป็นที่จะต้องจัดหาทรัพยากรเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักร รถยนต์ และอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ บางครั้งการขาดเงินทุนหมุนเวียนอย่างเพียงพอในการที่จะจัดหาทรัพยากรดังกล่าวนี้ และจำเป็นต้องแสวงหาแหล่งเงินทุนเพื่อจัดซื้อทรัพยากรที่ต้องการ เมื่อกิจการสามารถหาแหล่งเงินทุนได้โดยการกู้ยืม ซึ่งจะประสบปัญหาในการหาหลักทรัพย์เพื่อค้ำประกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่กิจการจะจัดหาแหล่งเงินทุนที่ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันในการกู้ยืมเงินเพื่อซื้อทรัพยากร และบางครั้งกิจการมีความจำเป็นต้องการทรัพยากรนั้นเพียงช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยไม่มีวัตถุประสงค์ที่จะใช้ทรัพยากรเหล่านั้นจนหมดอายุงาน แหล่งเงินทุนที่สำคัญของธุรกิจที่กล่าวมานี้ คือ ธุรกิจลีสซิ่ง และเช่าซื้อ

ธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง เป็นบริการจัดหาเงินทุนรูปแบบหนึ่ง ที่จะทำหน้าที่จัดหาทรัพยากร อันได้แก่เครื่องจักร รถยนต์ และ อุปกรณ์ต่าง ๆ ตามความต้องการกิจการ ทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ ได้ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนเอง ธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง มีลักษณะการให้บริการที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ เป็นการให้บริการกู้ยืมในรูปแบบของการให้เช่าทรัพยากร แต่มีข้อแตกต่างที่สำคัญคือ ธุรกิจลีสซิ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมากกว่าเพื่อความเป็นเจ้าของ หมายความว่า การให้เช่าในรูปแบบของลีสซิ่ง ภายหลังที่สัญญาสิ้นสุดลง กรรมสิทธิ์ในทรัพยากรอาจโอนไปเป็นของผู้เช่าหรือจะยังคงเป็นของผู้ให้เช่าก็ได้ ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของสัญญาลีสซิ่ง ขณะที่ ธุรกิจเช่าซื้อ กรรมสิทธิ์ในทรัพยากรจะโอนไปยังผู้เช่าซื้อทันทีที่สิ้นสุดสัญญา

สำหรับในประเทศไทย ธุรกิจเช่าซื้อเป็นธุรกิจที่ได้พัฒนามาจากระบบการซื้อขายเงินผ่อน โดยแรกเริ่มเป็นการให้เช่าซื้อจักรเย็บผ้า ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด ในปี 2512 ซึ่งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายด้วย ตลอดจนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วตามความต้องการบริโภคของประชาชนในสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน และรถยนต์ จึงมีธุรกิจเช่าซื้อเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในส่วนของตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าเอง บริษัทที่ดำเนินงานทางด้านเช่าซื้อโดยเฉพาะ และสถาบันการเงินต่างๆ เช่น บริษัทเงินทุน เป็นต้น

ในขณะที่ ธุรกิจลีสซิ่ง ได้เริ่มขึ้นอย่างจริงจังในราวปี 2521 โดย บริษัทที่ดำเนินงานทางด้านลีสซิ่งแห่งแรก คือ บริษัทไทยโอริกส์ลีสซิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างไทยกับญี่ปุ่นดำเนินการให้เช่าเครื่องจักร รถยนต์ และอุปกรณ์ต่างๆ แก่ประชาชน และผู้ประกอบการ แต่เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่จึงยังไม่ได้รับ

การส่งเสริมการรัฐบาล การขยายตัวของธุรกิจสีซิ่ง ในช่วง 10 ปีแรก พ.ศ. 2521 – 2529 จึงอยู่ในเกณฑ์ต่ำ แต่ในช่วง 10 ปีต่อมานับจากปี พ.ศ.2530 ธุรกิจสีซิ่ง เริ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งนี้ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ดีในช่วงปีดังกล่าว ประกอบกับ การปราศจากอุปสรรคทางด้านภาษี อันได้แก่ การที่กรมสรรพากร ได้ยกเลิกการจัดเก็บภาษีหัก ณ ที่จ่าย สำหรับธุรกิจสีซิ่ง การยกเลิกการจัดเก็บภาษีการค้าร้อยละ 3.30 จากส่วนต่างของค่าเช่าและต้นทุนเหมือนสถาบันการเงินทั่วไป รวมถึงการปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดเก็บภาษีการค้ามาเป็นการจัดเก็บในรูปแบบของภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งทำให้ทั้งผู้เช่าและผู้ให้เช่าในธุรกิจสีซิ่งได้รับประโยชน์จากการขอคืนภาษีซื้อจากกรมสรรพากรได้ทั้งหมด (สาธิต รังคศิริ. 2539)

ธุรกิจเช่าซื้อ และสีซิ่ง กลับมามีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งเริ่มต้นจากวิกฤติการณ์การเงินในปี พ.ศ.2540 ซึ่งนำไปสู่การปิดกิจการลงของสถาบันการเงินหลายแห่ง จนถึงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อความต้องการสินเชื่อในระบบเศรษฐกิจลดลง มีการลดอัตราดอกเบี้ยในระบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการที่ธนาคารต่างๆ มีสภาพคล่องส่วนเกิน และหันมาให้ความสำคัญเน้นการให้บริการในธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่ง ด้วยสาเหตุนี้เองส่งผลให้ธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่ง มีอัตราการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกร ฉบับที่ 1243, วันที่ 3 พฤษภาคม 2545 รายงานว่า มีอัตราการขยายตัวของธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่ง ในปี 2543 และ 2544 ถึงร้อยละ 65 และ 92 ต่อปีตามลำดับ ตลอดจนสมภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงเพิ่มสูงขึ้นของธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่งในปัจจุบัน

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อ และสีซิ่งในประเทศไทย สามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สถาบันการเงิน อันได้แก่ บริษัทเงินทุน ซึ่งมีทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 60 ล้านบาท ให้บริการทั้งทางด้านสินเชื่อเช่าซื้อและสีซิ่ง รวมถึงบริการสินเชื่อในรูปแบบอื่นๆ ด้วย
2. บริษัทเช่าซื้อ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินงานด้าน สินเชื่อเช่าซื้อ แต่เพียงอย่างเดียว
3. ผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ ที่ให้บริการเช่าซื้อต่อเนื่องหลังจากการขายรถยนต์

ขณะที่ทรัพย์สินหลักในธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่ง คือ รถยนต์ ดังนั้นอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจรถยนต์ จึงเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของการเติบโตของธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่ง จากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 การลอยตัวของค่าเงินบาทมีผลกระทบต่อธุรกิจทุกภาคอุตสาหกรรม และการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจการเงินการธนาคาร ส่งผลต่อการปิดสถาบันการเงิน 56 แห่ง เป็นสัญญาณบ่งบอกถึงสถานะทางการเงินของประเทศ ปัญหาการว่างงานที่สูงขึ้น การลดกำลังซื้อของภาคเอกชน รวมถึงรถยนต์ ซึ่งถูกผลกระทบโดยตรงจากการลดลงของการบริโภคของภาคเอกชน และส่งผลให้ความต้องการรถยนต์ลดลงอย่างรวดเร็ว ต่อมาภายหลังสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2542 ยอดขายรถยนต์มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.4 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ด้วยเหตุผลหลักคือ การลดลงของอัตราดอกเบี้ยที่ช่วยในการฟื้นตัวของธุรกิจรถยนต์ และธุรกิจเช่าซื้อและสีซิ่ง ในปี 2543 ยอดขายรถยนต์ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีอัตราการชะลอตัว เนื่องจากผลกระทบของราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ค่าเงินบาท และความไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชีย

ตาราง 1 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศไทย ปี 2540-2544

ปี	รถยนต์ โดยสารนั่ง ส่วนบุคคล (คัน)	% การ เปลี่ยน แปลง	รถยนต์เพื่อ การพาณิชย์ (คัน)	% การ เปลี่ยน แปลง	รวม (คัน)	% การ เปลี่ยน แปลง
2540	132,070	-23.9	231,172	-43.3	363,242	-38.3
2541	463,99	-64.9	97,844	-57.7	144,243	60.3
2542	66,864	44.1	151,508	54.8	218,372	51.4
2543	83,269	24.5	178,980	18.1	262,249	20.1
2544	104,559	25.8	192,577	7.5	297,136	13.3

ที่มา : นพมาศ ปานทอง. (2545). ข้อมูลสรุปภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์. กรุงเทพฯ : แผนกศึกษาและ
วิเคราะห์ สถาบันยานยนต์.

ในปัจจุบันมีบริษัทที่ประกอบธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเข้ามาของธุรกิจข้าม
ชาติจากต่างประเทศ 2-3 บริษัท ซึ่งมีศักยภาพที่ดีในการแข่งขันในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากข้อได้
เปรียบในเรื่องต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าของผู้ประกอบการเช่าซื้อและลีสซิ่งของไทย ตลอดจนความมีประ
สิทธิภาพที่ดีของเครื่องมือ และบุคลากรในบริษัท ส่งผลให้บริษัทเช่าซื้อและลีสซิ่งจากต่างประเทศมีส่วน
ทางการตลาดในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่งอยู่ในเกณฑ์สูง โดยเปรียบเทียบผลการดำเนินงานจากงบกำไรขาดทุน
เพื่อนำส่งกรมสรรพากรในปี 2543 พบว่ามีบริษัทเช่าซื้อและลีสซิ่งจากต่างประเทศหลายแห่ง อันได้แก่ บริษัท
จีอี แคปปิตอล ออโตลีส จำกัด (มหาชน) ครอบความเป็นผู้นำในตลาด โดยมี บริษัท ชิตีคอร์ป ลีสซิ่ง (ประเทศ
ไทย) จำกัด บริษัท สแกนดิเนเวียลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) ซึ่ง
มีผลการดำเนินงานอยู่ในลำดับที่ 5 6 และ 8 ตามลำดับ

สำหรับแนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง ก่อนข้างจะทวีความรุนแรงสูงขึ้นในปัจจุบัน ทั้ง
ในรูปของการลดการเงินเริ่มต้น หรือเงินดาวน์ การลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด หรือการขยาย
ระยะเวลาการผ่อนชำระ ตลอดจนเงื่อนไขพิเศษต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดค่าเบี้ยประกันภัย เป็นต้น โดยทั้งนี้
จากข้อมูลของสมาคมลีสซิ่งแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 7 มกราคม 2545 มีผู้ประกอบการในธุรกิจเช่าซื้อ และ
ลีสซิ่ง จำนวนเพียง 30 บริษัท แต่ในขณะที่มีผู้ประกอบการที่มีได้เป็นสมาชิกของสมาคมอีกมาก อันได้แก่
บริษัทที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินธุรกิจเช่าซื้อแต่เพียงอย่างเดียว อาทิเช่น บริษัทที่ประกอบการเป็นตัวแทน
จำหน่ายรถยนต์ ทั้งรถยนต์ใหม่ และรถเก่า ซึ่งมีอยู่มากมายในประเทศไทย

ทั้งนี้ จากการศึกษาผลการดำเนินงานของบริษัท และผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่งรายใหญ่
ในประเทศไทยจำนวน 10 ราย โดยพิจารณาถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา เพื่อประเมินสัดส่วนทางการตลาด
ของผู้ประกอบการในธุรกิจเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ได้ดังนี้

ตาราง 2 การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของธุรกิจเข้าซื้อและลีสซิ่งในประเทศไทย ในปี 2543

หน่วย : ล้านบาท

รายชื่อบริษัท	รายได้รวมทั้งเข้าซื้อ และลีสซิ่ง
1.บริษัท จีอี แคปปิตอล ออโตลีส จำกัด (มหาชน)	2,496.68
2.บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	1,386.80
3.บริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด	869.92
4.บริษัท ภัทรลีสซิ่งจำกัด (มหาชน)	748.45
5.บริษัท ชิตีคอร์ป ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด	358.47
6.บริษัท สแกนดิเนเวียลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	348.49
7.บริษัท ทิสโก้ ลีสซิ่ง จำกัด	334.35
8.บริษัท สแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย)	316.42
9.บริษัท นวลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)	285.86
10.บริษัท ธนชาติ กรุ๊ป ลีสซิ่ง	42.121

ที่มา : กรมทะเบียนการค้า (2543). งบการเงินเพื่อนำส่งกรมสรรพากร. รวบรวมเก็บข้อมูล จากเว็บไซต์

WWW.thairegistration.com

บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำ ที่ประกอบธุรกิจเข้าซื้อและลีสซิ่ง โดยได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทขึ้นในปี พ.ศ. 2519 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 3,470 ล้านบาท เป็นทุนที่เรียกชำระแล้วจำนวน 1,989.51 ล้านบาท บริษัทฯ มีการประกอบธุรกิจหลัก 3 ประเภทคือ

- 1 ธุรกิจเข้าซื้อ
- 2.ธุรกิจลีสซิ่ง
- 3.ธุรกิจแฟคตอริง

ซึ่งมีสัดส่วนของธุรกิจประมาณร้อยละ 91 ร้อยละ 5 และร้อยละ 4 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีผลการดำเนินงานในรอบ 3 ปี แยกประเภทตามธุรกิจหลัก ได้ดังนี้

ตาราง 3 ผลการดำเนินงานของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2542-2544

หน่วย : ล้านบาท

บริการ	ปี 2544		ปี 2543		ปี 2542	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
สินเชื่อเข้าซื้อ	1,468.20	90.97	1,307.15	91.71	1,496.20	92.26
สินเชื่อลีสซิ่ง	79.29	4.91	79.65	5.59	105.83	6.53
สินเชื่อแฟคตอริง	66.50	4.12	38.5	2.70	19.6	1.21

ที่มา : บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน). (2545). รายงานประจำปี 2544. กรุงเทพฯ :

บมจ.สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง.

ในฐานะที่บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่รายหนึ่งของธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้วยผลการดำเนินงานในตลอดระยะเวลา 26 ปี ตั้งแต่ก่อตั้งธุรกิจในรูปแบบของ ธุรกิจเช่าซื้อเพื่อให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์แต่เพียงอย่างเดียว จนกระทั่งให้บริการเพิ่มในส่วนของการสินเชื่อลีสซิ่งเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ เป็นแหล่งเงินทุนในการจัดสรรทรัพย์สิน อันได้แก่ รถยนต์ เครื่องจักร เครื่องใช้สำนักงาน ตลอดจนการให้บริการเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) เพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องให้กับธุรกิจ ในสินเชื่อแฟคตอริง หรือสินเชื่อเพื่อการรับโอนสิทธิเรียกร้อง

ปัจจุบัน บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่งของคนไทยที่เป็นสมาชิกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเป็นบริษัทที่มีสัดส่วนในตลาดเช่าซื้อและลีสซิ่ง เป็นลำดับที่ 2 โดยพิจารณาจากการผลการดำเนินงานในรอบปี 2543 จากกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง 10 อันดับ และด้วยเหตุที่ภาวะการแข่งขันในธุรกิจนี้มีแนวโน้มสูงขึ้น ไม่ว่าจากการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจต่างชาติซึ่งครองความเป็นผู้นำในตลาดธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่งในปัจจุบัน แต่ยังคงได้รับโอกาสที่ดีจากแนวโน้มของขยายตัวของอัตราการอุปโภคบริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อโอกาสในการขยายตัวของธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ผู้วิจัยจะศึกษาถึงวิธีที่จะทำให้บริษัทมีผลประกอบการเพิ่มสูงขึ้น และก้าวมาเป็นผู้นำในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาจากภายในองค์กร จึงมุ่งที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง และภาพพจน์ของบริษัทในสายตาของลูกค้าของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้านิติบุคคล ซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่มีการใช้บริการทั้งในส่วนของการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าประชาชนทั่วไปจะใช้บริการของการเช่าซื้อแต่เพียงด้านเดียว อีกทั้งยังเป็นกลุ่มลูกค้านิติบุคคลยังมีความสะดวกในการเก็บตัวอย่างของงานวิจัยด้วย โดยทั้งนี้เพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับปรุงการหรือเลือกกลยุทธ์ในการให้บริการ ของบริษัทต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลด้านต่างๆ อันได้แก่ ประเภทนิติบุคคล ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และ รายได้ของธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาปัญหาของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลจากการศึกษานี้จะทำให้ผู้บริหารบริษัทนำไปเป็นข้อมูลในการรักษาจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. ผลจากการศึกษานี้จะเป็นสารสนเทศสำหรับบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ที่ลูกค้าได้รับการบริการได้อย่างตรงประเด็น ตลอดจนเป็นแนวทางให้บริษัทแห่งอื่นๆ ที่เปิดให้บริการธุรกิจประเภทเช่าซื้อหรือลีสซิ่งนำไปประกอบการตัดสินใจวางแผนปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ขอบเขตของการทำการวิจัย

1. ประชากร คือ ลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4,000 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าในปี พ.ศ. 2544, ฝ่ายสินเชื่อและการตลาดลีสซิ่ง สำนักงานใหญ่, บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน))

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 364 ราย (จากสูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane) เพื่อค่าความสูญเสียอีก 10% เท่ากับ 36 ราย รวมเป็น 400 ราย

สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ [Systematic Sampling หรือ (SYS)] เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้เป็นลูกค้าประเภทนิติบุคคลจำนวนรวม 400 ราย

3.ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจเช่าซื้อหรือลีสซิ่งโดยแบ่งลักษณะตามฐานลูกค้าของบริษัทฯ ได้ดังนี้

3.1.1 ประเภทนิติบุคคล

- บริษัทจำกัด
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล
- บริษัทมหาชนจำกัด

3.1.2 ประเภทของธุรกิจ

- เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร
- เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน
- อุตสาหกรรมเบา เช่น เครื่องประดับ สิ่งทอ หนังสือพิมพ์
- ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง
- อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า
- เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก
- ธุรกิจบริการ และสาธารณูปโภค
- อื่นๆ โปรดระบุ

3.1.3 ขนาดของธุรกิจ

- ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท
- ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 - 20 ล้านบาท
- ทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท

3.1.4 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- ต่ำกว่า 3 ปี
- 3 – 10 ปี
- มากกว่า 10 ปี

3.1.5 รายได้ธุรกิจต่อเดือน

- ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
- 1 - 10 ล้านบาท
- มากกว่า 10 ล้านบาท

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

3.2.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์

นิยามศัพท์

ลูกค้า หมายถึง นิติบุคคล ที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

เช่าซื้อ หมายถึง การที่ผู้ให้เช่าซื้อซึ่งเป็นเจ้าของทรัพย์สิน นำทรัพย์สินนั้นออกให้เช่า โดยมีเงื่อนไขว่าจะขายทรัพย์สินนั้น หรือโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินให้แก่ผู้เช่าโดยอัตโนมัติ ก็ต่อเมื่อผู้เช่าได้ชำระค่าทรัพย์สินนั้นครบถ้วนตามข้อตกลง

ลีสซิ่ง หมายถึง การเช่าทรัพย์สินที่ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดหาทรัพย์สินตามที่ต้องการ แล้วนำทรัพย์สินนั้นมาให้แก่ผู้เช่า โดยผู้ให้เช่ายังคงมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ขณะที่ผู้เช่าได้ประโยชน์จากการใช้ทรัพย์สินนั้นด้วยการชำระค่าเช่าตามระยะเวลาที่ตกลงกับผู้ให้เช่า โดยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินอาจโอนเปลี่ยนเป็นของผู้เช่าหรือไม่ก็ได้

ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ หมายถึง ข้อตกลงที่กำหนดขึ้นโดยผู้ให้เช่า หรือบริษัทลีสซิ่ง อันได้แก่ ข้อตกลงในด้านการคิดอัตราดอกเบี้ย โดยขึ้นอยู่กับสถานะทางการเงินในช่วงเวลาขณะนั้น ข้อตกลงในเรื่องของการกำหนดค่างวดในแต่ละงวด ข้อตกลงการให้ระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวด ข้อตกลงในการกำหนดเงินมัดจำเริ่มแรก หรือเงินดาวน์ ข้อตกลงการกำหนดราคาที่จะซื้อทรัพย์สินในงวดสุดท้าย ข้อตกลงในเรื่องการตีราคาทรัพย์สินที่ลูกค้านำมาขายให้บริษัทโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำทรัพย์สินนั้นกลับไปเช่าต่อตามสัญญาลีสซิ่ง เงื่อนไขในการยึดคืนของบริษัท ข้อตกลงเรื่องการดูแลรักษา ข้อตกลงในการเปิดโอกาสให้ผู้เช่าสามารถเปลี่ยนทรัพย์สิน หรือ Upgrade ทรัพย์สินได้ ข้อตกลงในการคิดราคาในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ได้อย่างเหมาะสม เงื่อนไขหรือข้อตกลงของสัญญาที่มีประโยชน์ต่อการแสดงรายการในงบการเงินและการหักค่าใช้จ่ายทางภาษีเป็นต้น

ด้านการให้บริการ หมายถึง ความพร้อมในการให้ความสะดวกในด้านต่างๆ ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือในการอนุมัติสินเชื่อ มีขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อที่ชัดเจน ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อเพื่อความสะดวกตัวในการทำธุรกิจ มีสาขาครอบคลุมทั่วทุกจังหวัดเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ความสะดวกในการชำระค่างวด ขยายเวลาในวันทำการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า การเปิดการให้บริการเพิ่มในวันเสาร์ การติดต่อกับผู้บริหารได้รับความสะดวก มีการจัดหาทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วมีความรวดเร็ว

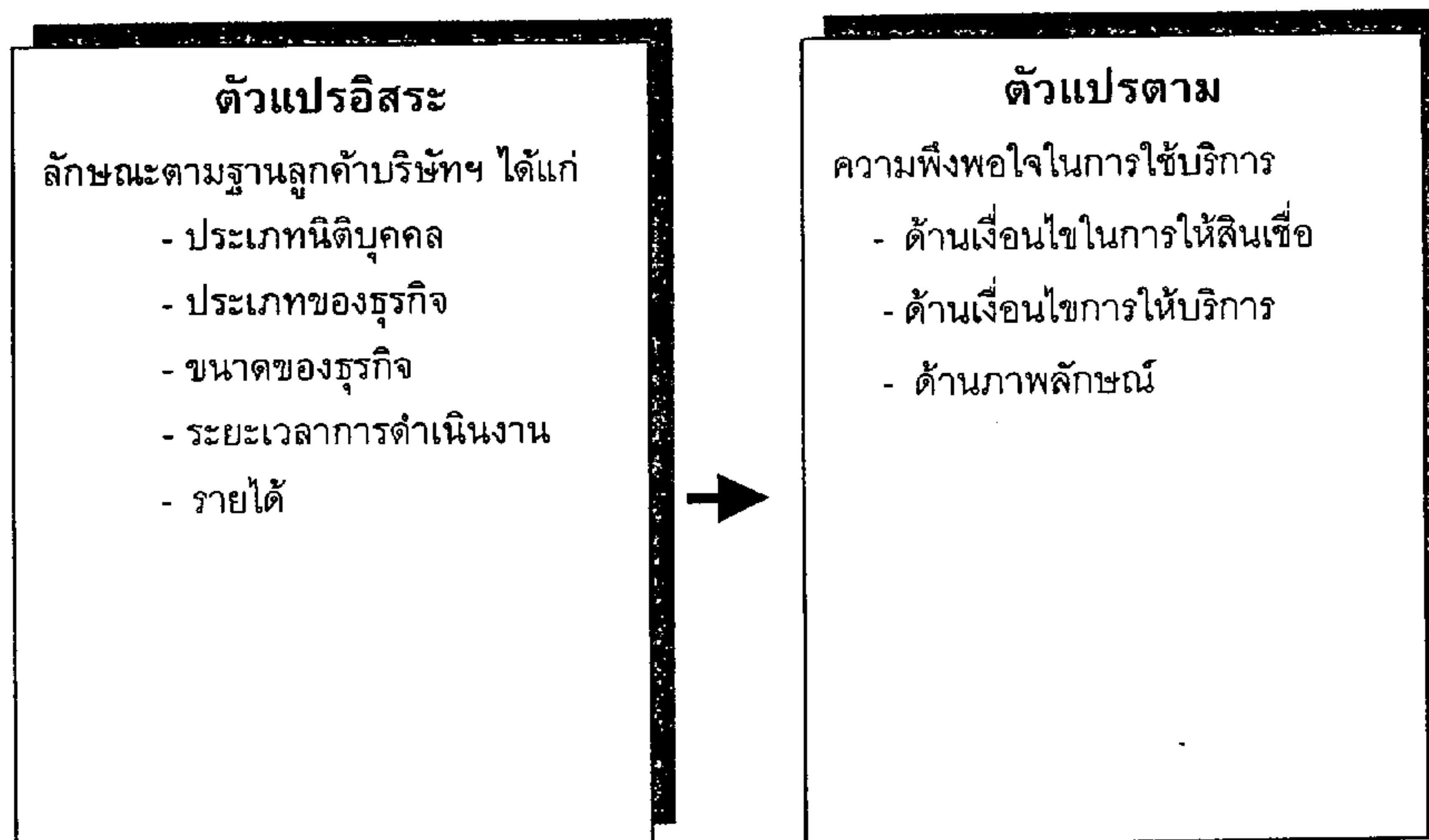
ในการเข้าไปซ่อมดูแลทรัพย์สินให้กับลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหา มีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีการอำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทประกันภัย ให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ของบริษัทอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอเป็นต้น

ด้านภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพโดยรวมของบริษัทที่ออกสู่สายตาประชาชน หรือผู้ให้บริการกับบริษัทลีสซิ่ง ได้แก่ ความมั่นคงในเรื่องเงินทุนสูง มีสาขามาก มีบริษัทแม่ให้การสนับสนุน มีบริษัทในเครือมาก มีชื่อเสียงในทางบวกของบริษัทลีสซิ่ง เป็นผู้บุกเบิกด้านลีสซิ่งด้านคุณภาพของบุคลากร ในเรื่องความรู้ความสามารถ ความสุภาพเรียบร้อย ความละเอียดรอบคอบ ในการปฏิบัติงาน ความกระฉับกระเฉง และตื่นตัว ความสนใจในการติดตามงาน ความสามารถในการแนะนำเรื่องการปล่อยสินเชื่อ ความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย ความแม่นยำในกฎระเบียบของบริษัท

ความพึงพอใจในการใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดจากการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) โดยเป็นความรู้สึกที่ดี พอใจ ประทับใจหรือไม่ประทับใจ

กรอบความคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในวิจัย เรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)” มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าประเภทนิติบุคคลต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
2. ลูกค้าประเภทธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
3. ลูกค้าขนาดธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอแนวทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการให้บริการ
2. การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ
3. ความหมายและประเภทของลิสซิ่ง
4. ความหมายและลักษณะสำคัญของเช่าซื้อ
5. ขั้นตอนดำเนินงานของธุรกิจเช่าซื้อและลิสซิ่ง
6. ประเภทของทรัพย์สินที่ควรทำเช่าซื้อและลิสซิ่ง
7. ประโยชน์ของการใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่ง
8. การเปรียบเทียบระหว่างเช่าซื้อและลิสซิ่ง
9. ประวัติการเช่าซื้อและลิสซิ่งในประเทศไทย
10. ประวัติความเป็นมาของบริษัท สยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

นักวิชาการได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

กันต์เลซ และเนลสัน (สุทธิ บันมา. 2535 : 20 ; อ้างอิงจาก Gundlach and Nelson. n.d.) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่า หลังจากที่ได้รับบริการแล้ว สามารถที่จะตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาได้เพียงใด รวมถึงการลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงไร

มิลเลต (ภักดี ตัญยพงศกร. 2539 : 23 ; อ้างอิงจาก Millet.1954 : 397-400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

- 1.การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) คือการให้บริการที่มีความยุติธรรม
- 2.การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็น
- 3.การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์
- 4.การให้บริการอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะบรรลุผล (Continuous Service)
- 5.การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

ฟิทซ์เกอร์าลด์ และดูรานท์ (Fitzgerald & Durant. 1980 : 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่นโดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้(Perceptions)ถึงการส่งมอบการบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเกณฑ์(Criteria)ที่แต่ละบุคคลตั้งไวรวมทั้งการตัดสิน(Judgement)ของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

วัลลภา ชายหาด (2532 : 35) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะบริการที่ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจใกล้เคียงกับมิลเลต กล่าวคือ

- (1) การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันต่อกำหนดเวลา
- (2) การให้บริการ อย่างต่อเนื่อง
- (3) การให้บริการอย่างก้าวหน้า
- (4) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

อัจฉนา โทบุญ (2534 : 13) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการตามธรรมชาติของกูด (Good. 1973 : 27) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลจากความสนใจ ต่างๆ และทัศนคติของบุคคลต่อกิจกรรม

มอร์ส (Morse. 1955 : 27) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลได้น้อยลง ถ้ามีความเครียดมากจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำกิจกรรม

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

สุวัฒนา ใบเจริญ (2540 : 26) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการบริการตามธรรมชาติของ คอมีค (Cormik. 1947 : 173) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่างๆ ที่ได้รับ การตอบสนอง

อีเลีย (D.Elia. 1972 : 173) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลว่าชอบมากน้อยเพียงไร

เดสส์เลอร์ (Dessler. 1983) อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของคนเรา เช่น การมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข มีพวกพ้องมีคนยกย่องต่างๆ เหล่านี้ ได้รับการตอบสนองแล้ว

เค็นดอล (Kendall. 1969) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกรวมๆ ระหว่างความคาดหวังว่าบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ และความต้องการทางจิตวิทยาของเขาด้วย

นิวคูเมอ (Newcumer. 1956) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการ

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2531 : 61) กับงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม : การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิแวร์เอทและระดับมิลติแวร์เอท ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรมว่า ทัศนคติเชิงปฏิฐานและเชิงนิเสธของประชาชนที่มีต่อกระบวนการยุติธรรม

มณีวรรณ ต้นไทย (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 : 35 ; อ้างอิงจากมณีวรรณ ต้นไทย. 2533 : 66-69) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ คือ

- 1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
- 2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ให้บริการ
- 3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
- 4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ
- 5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 45-49) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า คอตเลอร์ (Kotler. 1994 : 98) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต และจากการตลาด รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆโดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม(Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่คือราคาของสินค้า

การส่งมอบคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าและความพึงพอใจแก่ลูกค้า เป็นการพิจารณาว่าบริษัทจะสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์มีหลักเกณฑ์ 2 ประการคือ

1.เครือข่ายการสร้างคุณค่า (Value Chain) เป็นวิธีสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ามากขึ้นโดยใช้กิจกรรมต่างๆ เช่น การออกแบบ การผลิต การตลาด การส่งมอบและการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรม 9 ประการในการสร้างคุณค่าต่อเนื่อง ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 5 ประการและกิจกรรมสนับสนุน 4 ประการ ดังมีภาพประกอบรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 2 เครือข่ายในการสร้างคุณค่า (The Generic Value Chain) (Kotler. 1997 : 44)

2.เครือข่ายการส่งมอบคุณค่า (Value-delivery Network) ธุรกิจต้องสร้างข้อดีเด่นทางการแข่งขันจากการสร้างเครือข่ายการสร้างคุณค่า(Value Chain) จากผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าตลอดจนต้องใช้ระบบการส่งมอบคุณค่าไปยังกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้จัดจำหน่าย และลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

- 2.1 การปรับปรุงความรวดเร็วในการทำงาน และลดต้นทุนในการเสนอขายสินค้า
- 2.2 การคัดเลือกผู้เสนอขายน้อยราย แต่มีคุณภาพ ขนส่งทันเวลาที่ มีการปรับปรุงการทำงานต่อเนื่องและมีคุณภาพ
- 2.3 ระบบการส่งมอบคุณค่าจะเกี่ยวข้องกับผู้ขายปัจจัยการผลิตและผู้จัดจำหน่าย โดยยึดหลักระบบการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response System)
- 2.4 มีการคัดเลือกคนกลางและใช้ความพยายามทำงานร่วมกันโดยมุ่งทำไร
- 2.5 ฝ่ายการตลาดจะมีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริม และมุ่งความสำคัญที่ 4Ps และสิ่งสำคัญคือการออกแบบและการบริหารระบบขนส่งมอบคุณค่าไปยังลูกค้าที่เป็นเป้าหมายได้เหนือคู่แข่ง
- 2.6 ผู้บริหารการตลาดไม่เพียงแต่คิดเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ต้องมีการระดมทุนการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะการให้บริการ กับการคาดหวังของลูกค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยสามารถพิจารณาจากความรวดเร็วในการให้บริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างเท่าเทียม การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้ดีขึ้นอยู่อย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) สำหรับการให้บริการ โดยมุ่งเน้นถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับหลังจากการใช้บริการ

ในงานวิจัยนี้ ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจหลังการใช้บริการใน ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

การวัดความพึงพอใจต่อบริการ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจอาจกระทำได้หลายวิธี ดังนี้ (สาโรจน์ ไสยสมบัติ. 2534 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุดวิธีหนึ่งโดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดให้แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด โดยคำถามจะถามถึงความพึงพอใจเกี่ยวกับบริการที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่มุ่งใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง วิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง
3. การสังเกต โดยการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนรับบริการและหลังรับบริการ ขณะรอรับบริการ เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า เป็นต้น วิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจึงจะประเมินความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยใช้แบบสอบถามถามกลุ่มตัวอย่างแต่เป็นการใช้แบบสอบถามในลักษณะของการสัมภาษณ์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถซักถามได้เมื่อเกิดข้อสงสัย แบบสอบถามจะมีทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

✓ ความหมายและประเภทของลีสซิ่ง

การให้บริการในลักษณะลีสซิ่งนี้เป็นการทำสัญญาระหว่างผู้ให้เช่า (Lessor) กับผู้เช่า (Lessee) เพื่อการเช่าทรัพย์สินที่เลือกมาจากผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายทรัพย์สินเหล่านั้น บริษัทลีสซิ่งหรือผู้ให้เช่าจะเป็นผู้จัดหาและชำระค่าเครื่องจักรอุปกรณ์ตามชนิดที่ผู้เช่าต้องการ แล้วนำเครื่องจักรอุปกรณ์นั้นมาให้แก่ผู้เช่าโดยผู้ให้เช่ายังคงมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ขณะที่ผู้เช่าใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินด้วยการชำระค่าเช่าตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ โดยทั่วไปลีสซิ่งมีลักษณะแตกต่างจากการเช่าซื้อทรัพย์สิน (Hire Purchase) ในประการสำคัญๆ คือเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินอาจโอนเปลี่ยนมือไปให้ผู้เช่าหรือไม่ก็ได้ แต่การเช่าซื้อกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินจะโอนเปลี่ยนมือไปให้ผู้เช่าโดยอัตโนมัติเมื่อผู้เช่าซื้อได้ชำระค่าเช่างวดสุดท้ายครบถ้วน และปฏิบัติถูกต้องตามสัญญาเช่าซื้อเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะได้กล่าวถึงความแตกต่างอย่างละเอียดในภายหลัง (กระทรวงการคลัง. : 2534)

✓ ประเภทของลีสซิ่ง สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือสัญญาเช่าชนิดลงทุน (Financial Lease) และสัญญาเช่าชนิดดำเนินงาน (Operating lease) (กระทรวงการคลัง. : 2534)

1 สัญญาเช่าชนิดลงทุน (Financial Lease) เป็นการทำสัญญาเช่าโดยกำหนดระยะเวลาไว้ ส่วนใหญ่เป็นลีสซิ่งที่มีระยะเวลาปานกลางและระยะยาว โดยผู้เช่าจะเป็นผู้เลือกประเภท ขนาด ผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ผลิตเอง แล้วแจ้งความประสงค์มายังบริษัทผู้ให้เช่า เมื่อตกลงเงื่อนไขต่างๆ ในการซื้อขายกันแล้ว ผู้เช่าก็ขอให้บริษัทผู้ให้เช่าซื้อทรัพย์สินนั้นจากผู้จำหน่ายหรือผู้ผลิตแล้วนำมาให้ผู้เช่าทำการเช่า โดยผู้ให้เช่ายังคงมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้น ในขณะที่ผู้เช่ามีสิทธิจะใช้ทรัพย์สินนั้นๆ ด้วยการชำระค่าเช่าตามระยะเวลาที่ตกลงกัน โดยที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะบอกเลิกสัญญาก่อนกำหนดไม่ได้ และเมื่อสิ้นสุดสัญญากรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินอาจเปลี่ยนไปเป็นของผู้เช่าซื้อหรือไม่ก็ได้ซึ่งสัญญาเช่าชนิดลงทุนที่กล่าวนี้ก็คือ “ลีสซิ่ง” ที่เรียกกันทั่วไปนั่นเอง

2 สัญญาเช่าชนิดดำเนินงาน (Operating lease) เป็นการทำสัญญาเช่าเช่นเดียวกับสัญญาเช่าชนิดลงทุน แต่ผู้เช่าสามารถบอกเลิกสัญญาได้เมื่อไม่มีความจำเป็นต้องใช้ทรัพย์สินนั้นอีกหรือเมื่อเห็นว่าทรัพย์สินนั้นหมดประโยชน์แล้ว ซึ่งโดยปกติแล้วสัญญาเช่าแบบนี้มักจะมีอายุสัญญาสั้นกว่าอายุการใช้งานปกติของทรัพย์สิน คืออาจจะตั้งแต่ 1 เดือน จนถึง 12-24 เดือน ทรัพย์สินที่ให้เช่าส่วนใหญ่เป็นทรัพย์สินที่ล้าสมัยเร็ว ซึ่งผู้ให้เช่าอาจนำทรัพย์สินนี้ออกให้ผู้อื่นเช่าอีกก็ได้ ลักษณะของสัญญาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้เช่าหวังเพียงจะใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินเท่านั้น ไม่ได้หวังจะเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ กล่าวคือ สัญญาเช่าประเภทนี้ก็คือสัญญาเช่า (Rent) ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์นั่นเอง

✓ ความหมายและลักษณะสำคัญของการเช่าซื้อ

ความหมายของการเช่าซื้อ ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 572 การเช่าซื้อ หมายถึง การที่ผู้ให้เช่าซื้อซึ่งเป็นเจ้าของทรัพย์สิน นำทรัพย์สินออกให้เช่า โดยมีเงื่อนไขว่าจะขายทรัพย์สินนั้น หรือจะ

ให้ทรัพย์สินนั้นตกเป็นสิทธิของผู้เช่าซื้อ โดยผู้เช่าซื้อจะได้รับการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ก็ต่อเมื่อได้ชำระค่าทรัพย์สินนั้นครบถ้วนแล้ว

ลักษณะสำคัญของการเช่าซื้อ (อนงค์ วิทยากรณ์. : 2539)

1. ทรัพย์สินที่ใช้ในการเช่าซื้อส่วนใหญ่เป็นสังหาริมทรัพย์ อันได้แก่ รถยนต์พาหนะ เครื่องจักรกล และ อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ
2. ผู้เช่าซื้อได้รับทรัพย์สินก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ หมายถึง ผู้เช่าซื้อสามารถใช้ประโยชน์และครอบครองในทรัพย์สินที่เขาได้ทันทีเมื่อมีการส่งมอบทรัพย์สินนั้น โดยยังไม่มีกรรมสิทธิ์ ซึ่งกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นยังคงเป็นของผู้ให้เช่าซื้อ
3. ผู้เช่าซื้อจะได้รับการโอนกรรมสิทธิ์ ต่อเมื่อได้ชำระค่าทรัพย์สินครบถ้วนแล้ว
4. ผู้เช่าซื้อจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่างๆ ในระหว่างการผ่อนชำระ เช่น ค่าเบี้ยประกัน ค่าซ่อมแซมทรัพย์สินในกรณีเสียหายหรือเสื่อมสภาพ รวมถึงค่าปรับในกรณีที่ผู้เช่าซื้อผิดสัญญา
5. ผู้ให้เช่าซื้อไม่มีสิทธิในการยึดทรัพย์สินที่ให้เช่าซื้อคืนได้ทันทีเมื่อมีการบอกกล่าวแล้ว ในกรณีที่ผู้เช่าซื้อไม่ชำระค่าสินค้ำ และผิดสัญญาที่ทำไว้กับผู้ให้เช่าซื้อ

ขั้นตอนดำเนินงานของธุรกิจเช่าซื้อ และลีสซิ่ง

ขั้นตอนดำเนินงานของธุรกิจเช่าซื้อ และลีสซิ่ง มีดังนี้ (ศิริพร โชติยะศิลป์. : 2541)

ขั้นที่ 1 การหาลูกค้าจะเป็นหน้าที่ของฝ่ายการตลาด ซึ่งจะเป็นผู้พิจารณาผู้ที่เหมาะสมและคาดว่าจะ เป็นลูกค้าที่ดีของบริษัท หรืออาจจะได้จากการแนะนำของผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่าย รถยนต์ เครื่องจักรหรือ อุปกรณ์สำนักงาน

ขั้นที่ 2 บริษัทลีสซิ่ง/เช่าซื้อ/เช่าซื้อขอข้อมูลจากลูกค้า และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของนิติบุคคล นั้น

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีเชิงการเงิน โดยพิจารณาจาก

(1) ประชาชนทั่วไป – ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ สถานะสมรส เป็นต้น

นิติบุคคล - ลักษณะธุรกิจ โดยพิจารณาจากนโยบายการบริหารงานในด้านต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการตลาด การขาย การจัดซื้อ การผลิต การควบคุม ซึ่งจะเป็นตัวชี้ถึง ความสามารถของผู้บริหารตลอดจนประสบการณ์ และความเป็นที่เชื่อถือของผู้บริหารในวงการอีกด้วย

(2) ความสามารถในการชำระหนี้ โดยพิจารณาจากรายได้ส่วนบุคคลของประชาชน ทั่วไป และ พิจารณาในด้านขนาดของธุรกิจ ปริมาณการขาย กำไรจากการขาย ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน สำหรับนิติบุคคล การพิจารณาสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะชี้ให้เห็นถึงจำนวนงวดในการเช่า

(3) สินค้ำ เป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทลีสซิ่งต้องพิจารณาอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ธุรกิจ โดยต้องพิจารณาถึงประเภท และชนิดของสินค้ำที่ธุรกิจดำเนินอยู่ว่า เหมาะสม กับสภาพทางเศรษฐกิจหรือไม่ มีความยืดหยุ่นได้มากน้อยเพียงไร ได้รับการส่งเสริมและการ สนับสนุนจากภาครัฐหรือไม่ วัตถุประสงค์ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต ราคาสินค้ำ การส่งเสริมการขาย และอนาคตของสินค้ำ

(4) ภาวะสิ่งแวดล้อมภายนอก อันได้ แก่แนวโน้มของธุรกิจของประเทศ

2.2 การวิเคราะห์งบการเงิน โดยพิจารณาจากรายงานทางการเงินของธุรกิจ ได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน งบแสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลตัวเลขทางบัญชีเป็นสำคัญ เช่น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นต้น

การวิเคราะห์งบการเงินของธุรกิจจะช่วยให้เห็นถึงสภาพของธุรกิจในขณะหนึ่ง เช่น การศึกษาอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างสินทรัพย์เดินสะพัดกับหนี้สินเดินสะพัด ถ้าอัตราส่วนนี้มีมากกว่า 1 ขึ้นไป แสดงว่าธุรกิจนั้นมีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นได้ เพราะมีส่วนของสินทรัพย์เดินสะพัดมากกว่าหนี้สินเดินสะพัด

ขั้นที่ 3 ทำสัญญาระหว่างผู้เช่าและผู้ให้เช่า

ขั้นที่ 4 ผู้ให้เช่าซื้อทรัพย์สินจากผู้ขาย

ขั้นที่ 5 ผู้เช่าดำเนินการประกันภัยทรัพย์สิน โดยต้องประกันเต็มมูลค่าของทรัพย์สินนั้นและบริษัท ลีสซิงเป็นผู้รับประกันภัยตลอดอายุสัญญา

ขั้นที่ 6 ผู้ให้เช่าดำเนินการจดทะเบียนทรัพย์สิน

ขั้นที่ 7 ผู้เช่าชำระค่าเช่าแก่ผู้ให้เช่าตามสัญญา โดยอาจชำระเป็น เช็คลงวันที่ล่วงหน้า เช็คเรียกเก็บรายเดือน ผู้เช่าโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ให้เช่า และเงินสด

ขั้นที่ 8 ผู้ให้เช่าดำเนินการต่อประกันภัยทรัพย์สิน

ขั้นที่ 9 ผู้ให้เช่าดำเนินการต่อภาษีรายปี ในกรณีที่ทรัพย์สินนั้นเป็นยานพาหนะ

ขั้นที่ 10 ภาระการบำรุงรักษาทรัพย์สินเป็นไปตามข้อตกลงในสัญญาเช่า แต่ส่วนใหญ่ เมื่อเป็นการเช่าประเภท Financial Leasing แล้ว หน้าที่จะตกเป็นของผู้เช่า

ขั้นที่ 11 เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า

11.1 ผู้เช่าแจ้งความจำนงค์ซื้อทรัพย์สินนั้น โดยผู้เช่าจ่ายเงินค่าซื้อทรัพย์สินและผู้ให้เช่า โอนกรรมสิทธิ์ทรัพย์สินให้แก่ผู้เช่า

11.2 ผู้เช่าแจ้งความจำนงค์ต่อสัญญาเช่า ซึ่งจะมีการดำเนินการทำสัญญาฉบับใหม่ และมีการดำเนินการตามขั้นตอนใหม่ทั้งหมด

11.3 ผู้เช่าไม่ประสงค์จะซื้อทรัพย์สิน

✓ ประเภทของทรัพย์สินที่ควรทำเช่าซื้อและลีสซิง

ธุรกิจลีสซิงได้เริ่มเปิดดำเนินการในประเทศไทยเมื่อปี 2521 ปัจจุบันมีบริษัทลีสซิง/เช่าซื้อที่เป็นสมาชิกของสมาคมไทยจำนวน 30 บริษัท และยังมีบริษัทที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมแต่ประกอบกิจการลีสซิงอยู่อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะดำเนินการทั้งประเภทเช่าซื้อและลีสซิงควบคู่กันไป และประเภทของลีสซิงจะเป็นประเภท สัญญาเช่าชนิดลงทุน Financial Lease ซึ่งเป็นการเช่าที่มีระยะเวลาปานกลางและระยะยาว หรือเกือบตลอดอายุการใช้งานของเครื่องจักร โดยประเภทของทรัพย์สินที่มีการเช่ามากที่สุดเรียงจากมากไปหาน้อย มีดังนี้

1. อุปกรณ์ขนส่งและยานพาหนะทุกชนิด
2. เครื่องจักรอุตสาหกรรมโรงงาน
3. อุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงานและคอมพิวเตอร์
4. เครื่องจักรก่อสร้าง
5. เครื่องพิมพ์และอุปกรณ์การพิมพ์
6. เครื่องจักรที่ใช้ในการยก
7. อุปกรณ์การแพทย์
8. อื่นๆ

มีข้อสังเกตว่า จะมีการเช่าอุปกรณ์ขนส่ง และยานพาหนะมากกว่าทรัพย์สินประเภทอื่น เนื่องจากมีการลดอัตราภาษีการนำเข้ารถยนต์ต่างประเทศ ทำให้รถยนต์มีราคาถูกลง ประกอบกับรถยนต์เป็นส่วนหนึ่งของทุนที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ ดังนั้นแนวโน้มความต้องการใช้รถยนต์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยดูได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์ตั้งแต่ปี 2530 – 2540

นอกจากยานพาหนะแล้ว เครื่องจักรอุตสาหกรรมโรงงานก็มีสัดส่วนการเช่าอยู่ในอัตราที่สูงทั้งนี้องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ยานพาหนะและเครื่องจักรมีความต้องการสูง ได้แก่

1. เป็นทรัพย์สินที่มีการใช้อย่างกว้างขวาง ซึ่งสามารถใช้ได้กับอุตสาหกรรมหลายๆ ประเภท
2. การขายทรัพย์สินที่ยึดมาจากผู้เช่าเป็นไปได้ง่าย
3. เป็นทรัพย์สินที่สามารถซ่อมบำรุงได้ภายในประเทศ
3. เป็นทรัพย์สินที่สามารถขายได้ในราคาตลาดรอง คือ มีราคาขายมือสอง ซึ่งทำให้การตีราคาเศษเสดวก
5. เป็นทรัพย์สินที่ไม่ล้าสมัยเร็วหรือมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีบ่อยๆ

✓ ประโยชน์ของการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง

ประโยชน์ของการให้บริการลีสซิ่ง/เช่าซื้อ มีดังนี้ (ศิริพร โชติยะศิลป์. : 2541)

1.สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการใช้สินทรัพย์ประเภททุนโดยเร่งด่วน เพื่อนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการปฏิบัติงานโดยไม่จำเป็นต้องตั้งงบประมาณการลงทุนไว้ และจัดหาแหล่งเงินทุนจากที่ต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถผลิตสินค้าออกจำหน่ายได้เพิ่มขึ้นและมีกำไรมากขึ้น

2.ช่วยลดความเสี่ยงในด้านเทคโนโลยีของสินทรัพย์ได้ดีกว่าการซื้อทรัพย์สินนั้น เช่นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และจักรโดยเฉพาะโครงการอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ตลอดจนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่ หรือธุรกิจที่มีความต้องการใช้สินทรัพย์ในระยะสั้นๆ หรือต้องการใช้สินทรัพย์ใหม่บริการลูกค้าของตนเสมอ อาจไม่พร้อมที่จะรับความเสี่ยงในอนาคตจากการล้าสมัยของสินทรัพย์การทำลีสซิ่งจะช่วยให้กิจการสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตหรือกระบวนการให้บริการได้อย่างสม่ำเสมอโดยเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าก็สามารถเช่าเครื่องจักรรุ่นใหม่ในการเช่าครั้งต่อไป

3.ผู้เช่ามีสิทธิใช้ทรัพย์สินนั้นๆ ด้วยการจ่ายค่าเช่ารายงวดในอัตราคงที่ที่ไม่สูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับ การซื้อสินทรัพย์ประเภททุนนั่นเอง ซึ่งจะต้องจ่ายเงินเป็นจำนวนมากในคราวเดียว ทำให้ผู้เช่าสามารถนำเงินไปใช้ในการลงทุนแบบอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนซื้อสินทรัพย์นั่นเองซึ่งจะช่วยให้ผู้เช่าสามารถบริหารทุนหมุนเวียนได้ดียิ่งขึ้น

4.ในกรณีของสัญญาซื้อขายซึ่ง กรรมสิทธิ์ในสินทรัพย์ยังคงเป็นของผู้ให้เช่าตลอดอายุสัญญา และเมื่อสิ้นสุดสัญญาผู้เช่ามีสิทธิที่จะตัดสินใจซื้อสินทรัพย์นั้นหรือไม่ก็ได้

5.การกำหนดค่าเช่าไว้คงที่ตลอดระยะเวลาการเช่าทำให้ผู้เช่าที่มีกระแสรายได้ที่แน่นอนหรือไม่มี การเปลี่ยนแปลงมาไม่ต้องเสี่ยงกับภาวะเงินเฟ้อหรืออัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นผู้เช่าจะสามารถทราบค่าเช่าในแต่ละเดือนเป็นจำนวนที่แน่นอน เพราะค่าเช่าจะคำนวณขึ้นจากอัตราดอกเบี้ยที่ตายตัวตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่าช่วยให้ผู้เช่าสามารถกำหนดรายจ่ายค่าเช่าให้สอดคล้องกับรายได้จากการใช้สินทรัพย์ที่เช่ามาจัดทำประมาณ วางแผนเกี่ยวกับกระแสเงินสดและคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างแม่นยำ

6.มีความยุ่งยากน้อยกว่า เมื่อเทียบกับการจัดหาเงินทุนแบบอื่นๆ เพราะผู้เช่าไม่มีการในการหาหลักทรัพย์มาค้ำประกันเช่น บ้าน ที่ดิน ฯลฯ หรือถ้าหากต้องค้ำประกันก็ไม่จำเป็นต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันมากนัก เพราะหากผู้เช่ามีแผนการดำเนินงานหรือโครงการ และมีเป้าหมายที่ชัดเจนก็สามารถทำลีสซิ่งได้

7.ผู้เช่าสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ถึง 100 % เมื่อเปรียบเทียบกับวงเงินที่ธนาคารปล่อยสินเชื่อ (Bank Loan) ซึ่งอยู่ในช่วงไม่เกิน 70-80 %

8.ปลอดจากภาษีมูลค่าเพิ่มทั้งทางด้านผู้ให้เช่าและผู้เช่านับแต่กรมสรรพากรนำเอาระบบภาษีมูลค่าเพิ่มมาใช้ ทำให้ผู้ให้เช่าสามารถนำภาษีซื้อที่จ่ายไปทั้งหมดไปเครดิตกลับได้และสามารถเรียกเก็บภาษีขายจากผู้เช่าร้อยละ 7 จากฐานค่าเช่าส่งแก่กรมสรรพากร ส่งผลให้ต้นทุนในการให้บริการของธุรกิจลีสซิ่งสามารถแข่งขันกับการให้สินเชื่อประเภทอื่นๆ และเมื่อผู้เช่าจ่ายค่าภาษีมูลค่าเพิ่มให้ผู้ให้เช่าก็สามารถนำหลักฐานใบกำกับภาษีมาหักเป็นภาษีซื้อขอคืนจากกรมสรรพากรได้ทั้งจำนวน แต่ถ้าหากผู้เช่าไม่อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม ก็สามารถนำไปรวมเป็นค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้

9.ผู้เช่าสามารถเร่งค่าใช้จ่ายได้โดยการจ่ายค่าเช่าลีสซิ่งเป็นรายเดือนมากขึ้นโดยเฉพาะกิจการมีกำไรสูงและต้องการลดกำไรเพื่อเสียภาษีน้อยลงเนื่องจากค่าเช่าลีสซิ่งสามารถถือเป็นค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้ทั้งจำนวน โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาในการตัดค่าใช้จ่ายในขณะที่ค่าใช้จ่าย ในกรณีของการเช่าซื้อ หรือกรณีที่ซื้อเป็นเงินสดจะมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการตัดเป็นค่าเสื่อมราคาซึ่งสามารถตัดให้เร็วที่สุดไม่น้อยกว่า 5 ปีขึ้นไป

10.กฎหมายภาษีมูลค่าเพิ่มถือว่าการทำลีสซิ่งเป็นการให้บริการอย่างหนึ่งไม่ใช่การขายสินค้าเนื่องจากในขณะที่ทำสัญญาเช่าและส่งมอบสินค้ากรรมสิทธิ์ในสินค้าไม่เปลี่ยนมือ ดังเช่นการขายผ่อนชำระและเมื่อผ่อนชำระและเมื่อผ่อนชำระตามสัญญาเสร็จสิ้นกรรมสิทธิ์ในสินค้าก็ยังไม่เปลี่ยนมือโดยปริยาย ดังเช่นการเช่าซื้อ ดังนั้นจุดความรับผิดชอบในการคำนวณภาษี (จุดที่ต้องคำนวณภาษีขายลงในรายงานภาษีขาย) จึงใช้เกณฑ์เงินสดกล่าวคือจะถือว่าภาษีขายเกิดขึ้น และลงในรายงานภาษีขายก็ต่อเมื่อได้รับชำระค่าเช่าแล้วในขณะที่การขายผ่อนชำระจะต้องคำนวณภาษีลงในรายงานภาษีขายทันทีที่ส่งมอบสินค้าในขณะที่การให้เช่าซื้อถือเป็นการขายและจะต้องคำนวณภาษีขายลงในรายงานภาษีขายเมื่อถึงกำหนดเวลาชำระเงินตามสัญญาแต่ละงวดไม่ว่าจะได้รับเงินจริงหรือไม่ก็ตามงานภาษีขาย เมื่อถึงกำหนดเวลาชำระเงินตามสัญญาแต่ละงวดไม่ว่าจะได้รับเงินจริงหรือไม่ก็ตาม

11.หากผู้ใช้เช่าและผู้เช่ามีคุณสมบัติตาม ทป. 34/2534 ผู้ให้เช่าเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนที่ได้รับชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาท และเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มแบบร้อยละ 7 และผู้เช่าเป็นนิติบุคคลโดยที่สัญญาเช่านั้นมีกำหนดเวลาเช่าตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป (เว้นแต่สินทรัพย์ที่ให้เช่าเป็นสินทรัพย์ที่ผู้เช่ายึดมาจากผู้เช่ายึดมาจากผู้เช่ารายอื่น ระยะเวลาอาจไม่ถึง 3 ปีก็ได้) ผู้จ่ายค่าเช่า

ก็ไม่ต้องหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย ตาม ทป.4/2528 แต่ถ้ามีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตาม ปท.34/2534 ก็ต้องหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายร้อยละ 5

12. ผู้เช่าจะได้รับประโยชน์ในแง่ของการบันทึกบัญชีโดยไม่ต้องบันทึกรายการสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินจะมีแต่เฉพาะค่าเช่าเท่านั้นที่ปรากฏเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนในขณะเดียวกันสินทรัพย์ของผู้เช่าจะไม่เปลี่ยนแปลงจึงไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนทางการเงินในช่วงแรก ๆ ของการลงทุน เช่น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนทุนหมุนเวียน เป็นต้น

13. ผู้เช่าจะได้รับความสะดวกจากผู้เช่าในด้านต่าง ๆ เช่น การซ่อมแซม การบำรุงรักษา ทำให้ไม่ต้องมีภาระในส่วนนี้อีกทั้งผู้ให้เช่ายังช่วยแนะนำประเภทสินทรัพย์ให้ผู้เช่าได้เลือกอย่างเหมาะสม

✓ การเปรียบเทียบระหว่างลีสซิ่ง และเช่าซื้อ

การเช่าแบบลีสซิ่งมีลักษณะบางประการใกล้เคียงกับการเช่าแบบเช่าซื้อ แต่หากพิจารณาโดยละเอียดแล้ว ลีสซิ่งก็มีลักษณะหลายประการแตกต่างจากการเช่าซื้อ ซึ่งการเปรียบเทียบระหว่างลีสซิ่งและการเช่าซื้อ มีดังต่อไปนี้

1. ชนิดของทรัพย์สิน ในการเช่าซื้อนั้น ทรัพย์สินที่เช่าซื้อกันส่วนใหญ่ จะเป็นสังหาริมทรัพย์ทั่วไป ส่วนลีสซิ่ง ทรัพย์สินที่ทำการลีสซิ่งนั้นจะเป็นประเภทสังหาริมทรัพย์เฉพาะอย่าง ในกรณีประเทศไทยที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องจักรอุตสาหกรรมโรงงาน (Manufacturing Industry) เครื่องจักรก่อสร้าง (Construction Machinery) อุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน (Office Equipment) การขนส่ง (Transportation) และอุปกรณ์การแพทย์ (Medical Equipment)

2. วัตถุประสงค์ของการเช่า การเช่าซื้อ เป็นการชำระกันเป็นงวดๆ ตามสัญญาและกรรมสิทธิ์จะเปลี่ยนมือไปหาผู้เช่าซื้อโดยอัตโนมัติ ฉะนั้นผู้เช่าซื้อก็ต้องมีความต้องการเป็นเจ้าของในสินทรัพย์ที่ตนเองต้องการเช่าซื้อ ในขณะที่ลีสซิ่งมีวัตถุประสงค์ในการเช่าระยะยาว ลักษณะของลีสซิ่ง ซึ่งจะต้องจ่ายกันเป็นงวดๆ แต่เมื่อหมดงวดสุดท้ายแล้ว ลูกค้าหรือ ผู้เช่ามีสิทธิ์จะซื้อหรือไม่ซื้อหรือขอต่อสัญญาก็ได้ โดยหลักแล้วไม่ได้มุ่งการเป็นเจ้าของแต่มุ่งการมีกรรมสิทธิ์

3. วงเงินสินเชื่อ หากเป็นการเช่าซื้อวงเงินสินเชื่อมักจะคิดเป็นประมาณร้อยละ 70-80 ของมูลค่าทุนของทรัพย์สินในขณะที่ลีสซิ่งจะร้อยละ 100

4. หลักทรัพย์ค้ำประกัน ทั้งการเช่าซื้อและลีสซิ่งไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันแต่อย่างใด

5. ผู้เช่า การเช่าซื้อผู้เช่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ แต่ในด้านลีสซิ่งมี ปท.23/2534 สรรพากรกำหนดไว้ว่าหาก ผู้ให้เช่าแบบลีสซิ่งเป็นนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 60 ล้านบาทขึ้นไป และเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและผู้เช่าเป็นนิติบุคคลแล้วให้ถือว่าการทำลีสซิ่งนั้นไม่ต้องหักเงินได้ ณ ที่ จ่ายในอัตราร้อยละ 5 แบบ การให้เช่าสังหาริมทรัพย์ปกติแต่อย่างใด

6. ผู้ให้เช่า การเช่าซื้อผู้ให้เช่าจะเป็นใครก็ได้ไม่ว่า บุคคลธรรมดา นิติบุคคล แต่ในด้านลีสซิ่ง มี ปท.34/2534 สรรพากรกำหนดไว้ว่า หากผู้ให้เช่าแบบลีสซิ่งเป็นนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 60 ล้านบาทขึ้นไป และเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และผู้เช่าเป็นนิติบุคคลแล้ว ให้ถือว่าการทำลีสซิ่งนั้น ไม่ต้องหักเงินได้ ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละ 5 แบบ การให้เช่าสังหาริมทรัพย์ปกติแต่อย่างใด

7. ค่าใช้จ่ายที่นำมาหักได้ ในการเช่าซื้อค่าเช่าซื้อที่ผู้เช่าชำระถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของราคาทรัพย์สินที่ซื้อ ซึ่งต้องหักแบบค่าเสื่อมหรือว่าเสื่อมราคา ในขณะที่ลีสซิ่งกรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ให้เช่าซึ่งในช่วงที่เช่าอยู่นั้นค่าเช่าถือเป็นรายจ่ายที่นำมาหักค่าใช้จ่ายได้

8. การบันทึกบัญชีทรัพย์สิน ลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นบริการให้บริการเช่าอย่างหนึ่ง ทรัพย์สินจึงถูกบันทึกในบัญชีของบริษัทลิขสิทธิ์ซึ่งมิใช่ผู้เช่า ส่วนการเช่าซื้อเป็นการซื้อขายทรัพย์สิน การบันทึก บัญชีจึงลงเป็นทรัพย์สินของผู้เช่าซื้อ

9. ภาษีมูลค่าเพิ่ม ถ้าลิขสิทธิ์ทรัพย์สินมาใช้กิจการ ภาษีซื้อที่จ่ายไปจะนำมาหักในการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่มของกิจการได้ทั้งหมด ยกเว้นรถยนต์นั่งหรือรถยนต์โดยสารที่นั่งไม่เกิน 10 คน ทั้งนี้เพราะกฎหมายภาษีมูลค่าเพิ่มห้ามหักภาษีซื้อทรัพย์สินในกรณีซื้อเช่าซื้อ หรือการ ลิขสิทธิ์รถยนต์นั่งหรือรถยนต์โดยสารที่นั่งไม่เกิน 10 คน ตามความหมายที่กำหนดไว้ในพิกัดอัตรา ภาษีสรรพสามิต

10. หน้าที่การบำรุงรักษาและการประกันภัย ลิขสิทธิ์เป็นการให้บริการผู้ให้เช่าจึงเป็นผู้บำรุงรักษาและประกันภัย ส่วนการเช่าซื้อเป็นการขายสินค้า ผู้เช่าซื้อจึงเป็นผู้บำรุงรักษาและประกันภัย

11. การยกเลิกสัญญา การเช่าซื้อเป็นการขายสินค้าและลิขสิทธิ์เป็นการให้บริการระยะยาวโดยเฉพาะอย่างยิ่งลิขสิทธิ์ ผู้เช่าเป็นผู้เลือกทรัพย์สินเอง หากยกเลิกสัญญาได้ง่ายผู้ให้เช่าอาจหาผู้อื่นต่อไม่ได้โดยง่าย

12. กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ทั้งการเช่าซื้อและลิขสิทธิ์ กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินยังเป็นของผู้ให้เช่า (การเช่าซื้อ กรรมสิทธิ์จะเป็นของผู้เช่าซื้อเมื่อมีการชำระค่างวดตาม สัญญาหมดแล้วส่วนลิขสิทธิ์กรรมสิทธิ์จะเป็นของผู้เช่าก็เมื่อจบสัญญาแล้ว และผู้เช่าเลือกที่จะซื้อ ทรัพย์สินนั้นเท่านั้น)

13. การเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ การเช่าซื้อ กรรมสิทธิ์จะเปลี่ยนอัตโนมัติเมื่อชำระค่างวดครบตามสัญญา สำหรับลิขสิทธิ์กรรมสิทธิ์จะเปลี่ยนถ้าหากจ่ายครบตามสัญญาแล้วและผู้เช่าเลือกที่จะซื้อทรัพย์สินนั้นในราคาที่ตกลงกัน ซึ่งควรเป็นราคาตลาดในขณะนั้น และถ้าตีความหมายโดยเคร่งครัดจะตีราคาตลาดไว้ล่วงหน้าไม่ได้เลย แต่ในทางปฏิบัติทางภาษี เจ้าหน้าที่ภาษีมักจะยอมให้ตั้งราคาตลาดไว้ล่วงหน้าได้ โดยกำหนดราคาตลาดตามที่คาดหมายโดยมีเหตุผลสมควร เช่น ร้อยละ 10 หรือ 15 ของราคาทรัพย์สินทั้งหมด ฉะนั้น หากสัญญาลิขสิทธิ์ได้กำหนดไว้ว่า ให้ผู้เช่ามีสิทธิที่จะซื้อทรัพย์สินที่เช่าเมื่อครบอายุการเช่าได้ในราคาต่ำจนคาดหมายไว้ว่า ผู้เช่าซื้อจะต้องใช้สิทธิซื้ออย่างแน่นอน เช่น ราคา 1 บาท เจ้าหน้าที่จะถือว่าเช่าลักษณะเช่าซื้อไม่ใช่ ลิขสิทธิ์อย่างแท้จริง

14. ระยะเวลาการเช่า กรณีการเช่าซื้อจะมีระยะเวลาปานกลาง ในขณะที่ลิขสิทธิ์โดยปกติจะนานกว่า 3 ปี โดยหลักแล้วสัญญาลิขสิทธิ์จะมีอายุเช่าครอบคลุมระยะเวลาส่วนใหญ่ ของอายุการใช้งานของทรัพย์สินที่เช่า หมายความว่าไม่ใช่ระยะเวลาทั้งสิ้นของอายุการใช้งาน เช่น ถ้าอายุการใช้ทรัพย์สินนั้น 5 ปี อายุการเช่าไม่ควรเกินหรือเท่ากับ 5 ปี ควรจะประมาณ 4 ปี (ตามที่ปฏิบัติอยู่ในต่างประเทศ) เพราะหากเท่าหรือเกินกว่าอายุการใช้ทรัพย์สินนั้น สัญญาดังกล่าวจะมีผลเหมือนซื้อผ่อนส่งหรือเช่าซื้อ และจะมีผลปฏิบัติทางภาษีเหมือนการเช่าซื้อหรือผ่อนชำระตามสัญญา

ตาราง 4 การเปรียบเทียบระหว่างการเข้าซื้อกับลีสซิ่ง

ลักษณะ	การเข้าซื้อ	การลีสซิ่ง
1 ชนิดของทรัพย์สิน	ทั่วไป	เฉพาะอย่าง
2 วัตถุประสงค์การเช่า	มี / ไม่มี	ไม่มี
3.วงเงินสินเชื่อ (%ต่อมูลค่าทุนของทรัพย์สิน)	70-80	100
4 หลักทรัพย์ค้ำประกันอื่นๆ	ไม่มี	ไม่มี
5 ผู้เช่า	บุคคลทั่วไป/นิติบุคคล	นิติบุคคล
6 ผู้ให้เช่า	ทั่วไป	นิติบุคคล/ทุนจดทะเบียน 60 ล้านบาท (ทป.34/2534)
7 ค่าใช้จ่ายที่นำมาหักได้	ดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคา	ค่าเช่าทั้งหมด
8 การบันทึกบัญชีทรัพย์สิน	ผู้เช่าซื้อ	บริษัทลีสซิ่ง
9 ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ใช้เป็นภาษีซื้อได้ ยกเว้นรถยนต์นั่งเกิน 10 คน	ใช้เป็นภาษีซื้อได้
10 หน้าที่การบำรุงรักษา การประกันภัย	ผู้เช่า	ผู้เช่า
11 การยกเลิกสัญญา	ไม่ได้	ไม่ได้
12 กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน	ผู้ให้เช่า	ผู้ให้เช่า
13 การเปลี่ยนกรรมสิทธิ์	เปลี่ยนอัตโนมัติ	ผู้ซื้อเลือกได้
14 ระยะเวลาการเช่า	1-5 ปี	3-5 ปี

ที่มา : สมเดช โรจน์คุรีเสถียร. (2539). การบัญชีธุรกิจลีสซิ่ง เช่าซื้อ และการผ่อนชำระ. กรุงเทพฯ:บจก.ดีไลท์.

ประวัติการเข้าซื้อและลีสซิ่งในประเทศไทย

ในประเทศไทยมีธุรกิจการให้เช่าทรัพย์สินเป็นเวลานานแล้วทั้งการให้เช่าระหว่างบุคคลหรือนิติบุคคล การให้เช่าซื้อเริ่มมีขึ้นเมื่อมีบริษัทเงินทุนเกิดขึ้น สำหรับธุรกิจลีสซิ่งในประเทศไทยถือว่า ประเทศไทยเป็นประเทศอาเซียนที่มีการพัฒนาน้อยที่สุด

การดำเนินธุรกิจลีสซิ่งในระยะแรกไม่ได้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินงานตามความหมายของลีสซิ่งที่แท้จริง การดำเนินงานด้านลีสซิ่งเริ่มอย่างจริงจังเมื่อปี 2521 โดยมีบริษัทไทยโอเรียนลีสซิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทโอเรียนท์ลีสซิ่ง แห่งญี่ปุ่น กับ บรรษัทอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สินเอเชีย และบรรษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ร่วมกันเปิดดำเนินการเป็นบริษัทแรก เพื่อให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในรูปของการให้เช่าเครื่องจักรและอุปกรณ์แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม

ต่อมาในปี 2522 บริษัทลีสซิ่งสหรัฐอเมริกา และธนาคารกสิกรไทย ได้ร่วมทุนกันจัดตั้งบริษัททิสโก้ ลีสซิ่ง จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจลีสซิ่งโดยตรงเช่นกัน (แต่เปิดดำเนินการจริง ปี 2526)

ในปี 2523 บริษัทบางกอกลีสซิ่ง จำกัด ได้จัดตั้งขึ้นซึ่งเป็นการร่วมทุนของธนาคารมาร์เคลย์ดีไฟแนนซ์ของบริษัท บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์บางกอกอินเวสमेंท์ บริษัท เค ที ซี เอ็นเตอร์ไพรส์ ประเทศไทยและบริษัท ยู เค ดีเวลลอปเม้นท์

ในช่วงปลายปี 2528 ได้มีบริษัทที่เปิดดำเนินการธุรกิจลีสซิ่งขึ้นอีกแห่งหนึ่งคือ บริษัทโซลิสแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัทเจนีฟาร์ ของฝรั่งเศส กับบริษัทไทยฟรังโกโฮลดิ้ง และบริษัทไทยฟรังโก เอ็นเตอร์ไพรส์

ปี 2530 กลุ่มธนาคารกรุงเทพ และธนาคารมิตซูบิ ได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัท กรุงเทพมิตซูบิ คอมเมอร์เชียล ลีสซิ่ง

ปี 2531 บริษัทในเครือธนาคารไทยพาณิชย์ ร่วมกับบริษัทไทรลีสอินเตอร์เนชั่นแนลแห่งฮ่องกง และธนาคารชันวากาจากญี่ปุ่น ได้ตั้งบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง บริษัทเงินทุน

บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ภัทรธนกิจ ได้มีการจัดตั้งบริษัทลีสซิ่งโดยร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทย บริษัทภัทรประกันภัย บริษัทภัทรกิจ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต และกิจการดิงคัมปะนี โดยใช้ชื่อว่า ภัทรลีสซิ่ง

ปี 2532 ธนาคารกรุงเทพ ได้จัดตั้ง บริษัทบางกอกแกรนด์แปซิฟิก ลีสท์คัมปะนี เป็นบริษัทลีสซิ่งในเครืออีกเป็นแห่งที่ 2 ครั้งนี้เป็นการร่วมมือระหว่างบริษัทไชน่าลีสซิ่งไต้หวันและบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ในเครือ รวมทั้งไฮลีสกรุ๊ป ไต้หวันเข้าถือหุ้น

ในปัจจุบัน การดำเนินงานของบริษัทลีสซิ่งที่ได้ก่อตั้งขึ้นมาแล้วนั้น ยังไม่มีกฎหมายที่รองรับด้านนี้โดยตรง จึงทำให้เกิดบริษัทที่ต่อท้ายชื่อว่า ลีสซิ่ง มากมาย แต่ไม่ได้ประกอบธุรกิจลีสซิ่งอย่างแท้จริง โดยที่บริษัทอื่นๆ ที่ใช้ชื่อว่า ลีสซิ่ง ได้ประกอบธุรกิจการให้เช่าซื้อสินค้าเพื่ออุปโภค บริโภค โดยเฉพาะด้านกฎหมายและการสนับสนุนของรัฐบาลก่อนทำธุรกิจลีสซิ่งอย่างจริงจัง

ดังนั้น ทางบริษัทที่ประกอบธุรกิจลีสซิ่งอย่างแท้จริง ได้รวมจัดตั้งเป็นสมาคมลีสซิ่งไทย เพื่อดำเนินการแก้ปัญหาและเพื่อผลประโยชน์ของธุรกิจลีสซิ่งอย่างแท้จริง เมื่อต้นปี 2533 โดยมีบริษัทลีสซิ่งที่สมัครเป็นสมาชิกของสมาคมลีสซิ่งไทย คือ บริษัทมิตซูบิฮิสโกลีสซิ่ง บริษัทภัทรลีสซิ่ง บริษัทบางกอกลีสซิ่ง บริษัทบางกอกแกรนด์แปซิฟิกคัลลิสท์คัมปะนี บริษัทไทยแมกซลีสซิ่ง และบริษัท โซจีลิส

ประวัติความเป็นมาของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

บริษัทสยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2519 โดยมีชื่อจดทะเบียนครั้งแรกว่า บริษัทเชียงใหม่สยามเครดิต จำกัด เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท สยามเครดิต จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่มพีเอสเอ และบริษัท นิยมพานิช จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ที่เชียงใหม่ ในอัตราส่วน 50:50 เพื่อประกอบธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์โดยมีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท มีสำนักงานใหญ่ที่เชียงใหม่ และได้ทำสัญญาให้บริษัทสยามเครดิต จำกัด เป็นผู้จัดการงานของบริษัทเป็นเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ปี 2519 โดยบริษัทจะจ่ายค่าธรรมเนียมจัดการตามที่ระบุไว้ในสัญญา

15 มีนาคม 2523 เปิดสาขาแห่งที่ 1 ที่ลำปาง

ปลายปี 2524 บริษัทสยามเครดิต จำกัด ได้รับโอนหุ้นในส่วนของบริษัทนิยมพานิช จำกัด ถืออยู่ทั้งหมด เป็นผลให้บริษัท สยามเครดิต จำกัด ถือหุ้นของบริษัททั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์

25 มิถุนายน 2525 เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท สยามเครดิตลีสซิง จำกัด และย้ายสำนักงานใหญ่จาก เชียงใหม่มาอยู่ที่ตึกไทยคลองเตย ซึ่งเป็นที่ทำการเดียวกับ บริษัทสยามเครดิต จำกัด และให้สำนักงานที่ เชียงใหม่เป็นสาขาหนึ่งของบริษัท

1 สิงหาคม 2525 รับโอนการทำสัญญาเช่าซื้อรายใหม่จากบริษัท สยามเครดิต จำกัด มาดำเนินการเองทั้งหมด โดยบริษัทสยามเครดิต จำกัด ได้หยุดการประกอบธุรกิจด้านนี้ทั้งหมด นอกจากนี้ บริษัท ได้เปิดสาขาแห่งที่ 3 ที่ธนบุรี (เดิมเป็นสาขาของสยามเครดิต จำกัด)

ธันวาคม 2525 ซื้อเงินลงทุนในบริษัท ซุปเปอร์คาร์ส จำกัด บริษัทโตโยต้า ธนบุรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้แทนจำหน่ายจากบริษัทสยามเครดิต จำกัด รวม 34.5 ล้านบาท โดยบริษัทสยามเครดิต จำกัด มีกำไรจากการขายเงินลงทุนเท่ากับ 12.4 ล้านบาท

1 มกราคม 2526 ทำสัญญาให้บริษัทพีเอสเอ แมนเนจเม้น จำกัด จัดการงานของบริษัทแทนบริษัท สยามเครดิต จำกัด เป็นระยะเวลา 5 ปี เริ่มตั้งแต่ปี 2526 โดยบริษัทจะจ่ายค่าธรรมเนียมในอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา ต่อมาเมื่อ 31 ธันวาคม 2526 สัญญาดังกล่าวได้ถูกยกเลิกไป

9 มกราคม 2526 เปิดสาขาแห่งที่ 4 ที่เชียงราย

4 ตุลาคม 2526 เปิดสาขาแห่งที่ 5 ที่พิษณุโลก

8 สิงหาคม 2527 เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก สยามเครดิต จำกัด เป็นสยามราษฎร์ลีสซิง จำกัด ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับประกาศของรัฐบาล ที่ห้ามมิให้บริษัทที่มีได้ประกอบธุรกิจเงินทุนที่ได้รับอนุญาตใช้คำว่า เครดิต หรือ การลงทุน

16 สิงหาคม 2527 บริษัทได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2528 - 2529 บริษัทประสบวิกฤตการณ์ทางการเงิน เนื่องจากในขณะนั้นบริษัทดำเนินธุรกิจ โดยใช้เงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่จากการกู้ยืมจากต่างประเทศ ซึ่งการลดค่าเงินบาทในปี 2527 มีผลสืบเนื่องทำให้บริษัทต้องประสบภาวะขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเป็นจำนวนมาก ยิ่งไปกว่านั้นระยะต่อมาลูกหนี้บริษัทในเครือซึ่งได้กู้ยืมเงินจากบริษัทไปเป็นจำนวนมาก ยิ่งไปกว่านั้นระยะต่อมาลูกหนี้ของบริษัทในเครือ ซึ่งได้กู้ยืมเงินจากบริษัทไปเป็นจำนวนมาก ก็ประสบปัญหาทางการเงินเช่นเดียวกัน และไม่สามารถชำระคืนเงินกู้ให้แก่บริษัทเป็นเหตุให้บริษัทเกิดการขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรงจนต้องหยุดดำเนินกิจการ ผู้ถือหุ้นเดิมและบรรดาเจ้าหนี้เงินกู้จึงได้ร่วมกันทำข้อตกลงเพื่อแก้ไขและฟื้นฟูสภาพภาพของบริษัท โดยให้มีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงทั้งหมดของบริษัทในช่วงปลายปี 2529

18 ธันวาคม 2529 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ถอดถอนบริษัทออกจากเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ปี 2530 หลังจาก บริษัทหยุดการปล่อยสินเชื่อมาเป็นระยะเวลา รวม 12 เดือน บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง

29 พฤษภาคม 2530 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทสยามพาณิชย์ลีสซิง จำกัด บริษัทได้ขยายธุรกิจ โดยเพิ่มการปล่อยสินเชื่อให้แก่กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่ต้องการเช่าซื้อรถยนต์เป็นจำนวนมากต่อครั้ง และได้ขยายประเภทรถยนต์ออกไปมากกว่าเดิม

ปี 2534 บริษัทได้เตรียมการขยายธุรกิจในด้านการปล่อยสินเชื่อเพื่อการเช่าแบบลีสซิง

ปี 2535 บริษัท ได้เริ่มดำเนินการตามแผนการปล่อยสินเชื่อการเช่าแบบลีสซิง โดยในขั้นแรกบริษัท จะให้สินเชื่อเฉพาะสินค้าประเภทอุปกรณ์สำนักงานระบบเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ ระบบโทรคมนาคม ทั้งนี้ บริษัทเน้นการให้สินเชื่อแก่ลูกค้านิติบุคคลขนาดใหญ่เท่านั้น

ปี 2536 บริษัทได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 408.5 ล้านบาท เป็น 450 ล้านบาท และเข้าเป็นตลาดหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อีกครั้งหนึ่ง เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2536

วันที่ 30 พฤศจิกายน ได้เปลี่ยนภาพสัญลักษณ์ของบริษัทใหม่ และใช้คำขวัญว่า มุ่งมั่นให้บริการบนรากฐานที่มั่นคง

วันที่ 13 พฤษภาคม 2537 บริษัท ร่วมลงทุนกับบริษัท ที ซี เจ มอเตอร์ จำกัด ในสัดส่วน 49 :50 เพื่อจัดตั้งบริษัท เอสพีแอล ทรานสปอร์ต จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 100 ล้านบาท

วันที่ 14 มิถุนายน 2537 บริษัท ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทสยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ทะเบียนเลขที่ บมจ. 465

วันที่ 18 ตุลาคม 2537 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่2/2537 อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 450 ล้านบาท เป็น 1,595 ล้านบาท

วันที่ 9 ตุลาคม 2538 บริษัทเปิดให้บริการสินเชื่อแฟคตอริงซึ่งเป็นการบริการในด้านการรับซื้อลูกหนี้ทางการค้า

ในส่วน of โครงสร้างผู้ถือหุ้นของ บริษัทฯ ณ วันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นล่าสุด (วันที่ 26 มีนาคม 2544) ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ บริษัทฯ ยังคงเป็นกลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 22.64 และมีรายละเอียด 10 รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ดังต่อไปนี้

ตาราง 5 รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ปี 2544

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ณ 26 มีนาคม 2544)	จำนวนหุ้นที่ถือ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1. กลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	45,048,371	26.84
2. HSBC (Singapore) NOMINEE PTE Ltd.	9,182,500	4.61
3. ALBPOUYS NOMINEES Ltd.	7,003,750	3.52
4. THE BANK of NEW YORK NORMS Ltd.	6,330,100	3.18
5. LA COMPAGNIE FINANCIERE EDMOND DE ROTHSCHIL BANQUE PARIS	3,780,000	1.90
6. CITIBANK LUXEMBOURG S.A.	3,300,000	1.66
7. MORGAN STANLEY & CO INTERNATIONAL Ltd.	3,104,000	1.56
8. บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด	2,884,900	1.45
9. CASSE DES SEPOTS ET CONSIGNATIONS	2,500,000	1.26
10.BBL For MFC The THAILAND International Fund	2,440,000	1.23

ที่มา : บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน). (2545). รายงานประจำปี 2544. กรุงเทพฯ : บมจ.สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง.

- การดำเนินงานของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) แบ่งเป็นฝ่ายต่างๆ ได้ดังนี้
- 1.ฝ่ายสินเชื่อการตลาด มีหน้าที่โดยตรงในการหาลูกค้าที่ต้องการใช้รถยนต์ตามร้านค้ารถยนต์ หรือตามตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ต่างๆ โดยการแนะนำขั้นตอน และวิธีการต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจ
 - 2.ฝ่ายควบคุมสินเชื่อ แบ่งออกเป็น
 - 2.1.ด้านตรวจสอบสินเชื่อ เมื่อพนักงานสินเชื่อการตลาดได้พิจารณาลูกค้า และผู้ค้ำประกันในเบื้องต้นแล้ว ก่อนที่จะตกลงรับเป็นลูกค้า/ผู้ค้ำประกัน จะต้องมอบหมายให้พนักงานตรวจสอบสินเชื่อดำเนินการตรวจสอบประวัติ ที่อยู่ ฐานะ และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า ข้อมูลที่ได้ตรงกับข้อมูลที่ลูกค้าได้แจ้งไว้กับพนักงานสินเชื่อตลาดหรือไม่ และขณะเดียวกันนำข้อมูลที่ได้ พิจารณาให้สินเชื่อแก่ลูกค้า
 - 2.2.ด้านติดตามหนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บหนี้ได้รวดเร็วครบถ้วนตามกำหนด รักษาสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า เสียค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บหนี้ให้น้อยที่สุด สร้างความพอใจให้เกิดขึ้นทั้ง 3 ฝ่าย คือเจ้าของกิจการ ตัวลูกหนี้ ตัวพนักงาน
 - 2.3.ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงินมีหน้าที่ในการจัดการเกี่ยวกับเรื่องทางบัญชี และการเงิน ของบริษัท นับตั้งแต่การจ่ายเงินค่ารถยนต์ให้กับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ หรือเอเยนต์และบันทึกข้อมูลลูกค้าเป็นลูกหนี้ของบริษัท และรับเงินค่าเช่าซื้อจากลูกค้าทุกๆ เดือน จนกว่าลูกค้าจะชำระค่างวดจนครบถ้วนถูกต้อง ดังนั้นจึงต้องมีการจัดทำบัญชีควบคุมการเคลื่อนไหวของลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้สามารถจัดเก็บหนี้จากลูกค้าให้ครบถ้วนทุกราย รวมทั้งการจัดทำรายงาน และสรุปผลในการปฏิบัติในแต่ละเดือน เพื่อเสนอให้ผู้บริหารทราบ
- นอกเหนือจากหน่วยงานทั้ง 3 ที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีหน่วยงานด้านอื่นๆ เช่น งานทางด้านบุคคล งานด้านธุรการ เป็นต้น

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท ฯ

ปัจจุบัน บริษัทสยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักประเภทการให้สินเชื่อเช่าซื้อสินเชื่ीलีสซิ่ง และสินเชื่อแฟคตอริง โดยมีรายได้จากสัญญาเช่าซื้อประมาณร้อยละ 85 ของรายได้รวมทั้งหมด และเป็นสัดส่วนร้อยละ 91 ของรายได้จากการให้สินเชื่อทั้งสามประเภท

ตาราง 6 โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

บริการ	ปี 2544		ปี 2543		ปี 2542	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
สินเชื่อเช่าซื้อ	1,468.20	90.96	1,307.15	91.71	1,496.20	92.26
สินเชื่อลีสซิ่ง	79.29	4.91	79.65	5.59	105.83	6.53
สินเชื่อแฟคตอริง	66.53	4.12	38.50	2.70	19.59	1.21
รวมธุรกิจ 3 ประเภท	1,614.02	100.00	1,425.30	100.00	1,621.62	100.00
รายได้อื่น *	95.99	5.61	79.74	5.30	73.45	4.33
รวมทั้งหมด	1,710.01	100.00	1,505.04	100.00	1,695.07	100.00

ที่มา : บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน). (2545). รายงานประจำปี 2544. กรุงเทพฯ : บมจ.สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง.

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลัก 3 ประเภท คือ

1. สินเชื่อเช่าซื้อ (Hire Purchase) การเช่าซื้อตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 572-574) คือ สัญญาซึ่งเจ้าของเอาทรัพย์สินออกให้เช่า และให้คำมั่นว่าจะขายทรัพย์สินนั้น หรือว่าจะให้ทรัพย์สินนั้นตกเป็นสิทธิแก่ผู้เช่า โดยมีเงื่อนไขว่าผู้เช่าจะได้รับการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินต่อเมื่อได้มีการชำระค่าทรัพย์สินนั้นครบถ้วนแล้ว

นั่นคือ สินเชื่อเช่าซื้อ เป็นการให้สินเชื่อโดยที่ลูกค้าตกลงทำสัญญาเช่าซื้อ ที่จะจ่ายชำระค่างวดให้กับบริษัทฯ โดยลูกค้าสามารถครอบครอง และใช้ทรัพย์สินที่ทำเช่าซื้อนั้นได้ และกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินจะถูกโอนให้แก่ลูกค้า ต่อเมื่อลูกค้าได้จ่ายชำระค่างวดครบถ้วนตามสัญญาแล้ว โดยทั่วไปทรัพย์สินที่ขอสินเชื่อเช่าซื้อมักเป็นทรัพย์สินเพื่อใช้ในการอุปโภค (Consumer Credit) และเนื่องจากบริการสินเชื่อเช่าซื้อเป็นการตอบสนองความต้องการใช้ทรัพย์สินทั้งในด้านส่วนตัว และเพื่อใช้ในธุรกิจ ทรัพย์สินที่ให้เช่าซื้อจึงมีหลากหลายประเภท เช่น รถยนต์ ทั้งรถใหม่และรถที่ใช้แล้ว อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อเช่าซื้อสำหรับรถยนต์เป็นหลัก มีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าบุคคลธรรมดาอายุย่อทั่วไป ในปัจจุบันบริษัทฯ มีสัดส่วนรถยนต์ใหม่ต่อรถยนต์ใช้แล้วประมาณร้อยละ 70 ต่อ 30 ทั้งนี้ การให้เช่าซื้อรถยนต์ สามารถแบ่งออกตามลักษณะการซื้อขายรถยนต์ได้ 3 ประเภท ดังนี้

- 1) การให้เช่าซื้อรถยนต์ใหม่ และรถยนต์ใช้แล้วผ่านผู้จำหน่ายรถยนต์
- 2) การให้เช่าซื้อรถยนต์ที่ซื้อขายกันเองระหว่างเจ้าของรถยนต์และผู้ซื้อ
- 3) การให้เช่าซื้อรถยนต์คันที่ยังผ่อนชำระอยู่กับบริษัทฯ การเช่าซื้อประเภทนี้เรียกว่า Refinancing

2. สินเชื่อสัญญาเช่าระยะยาว หรือสินเชื่อลีสซิ่ง (Leasing) สินเชื่อลีสซิ่งเป็นการนำทรัพย์สินออกให้เช่าประเภทหนึ่ง โดยลูกค้าตกลงทำสัญญาเช่าทรัพย์สินที่จะจ่ายชำระค่าเช่าทรัพย์สินเป็นงวดให้กับบริษัทฯ เมื่อครบกำหนดสัญญาเช่าทรัพย์สิน ลูกค้าสามารถซื้อทรัพย์สินที่เช่าได้ในราคาที่ตกลงกันไว้ตามสัญญาเช่าทรัพย์สิน

โดยทั่วไป สินเชื่อลีสซิ่งเป็นการให้เช่าที่มีระยะเวลาปานกลางถึงระยะยาว ขึ้นอยู่กับอายุการใช้งานของทรัพย์สินที่ให้เช่า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการให้เช่าทรัพย์สินประเภททุน หรือเครื่องจักรที่ใช้ในทางอุตสาหกรรมหรือพาณิชย์กรรม โดยผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบในการบำรุงรักษาทรัพย์สินที่ให้เช่า และมีข้อห้ามมิให้ผู้เช่าบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่า นอกจากนี้ยังอาจมีเงื่อนไขที่ผู้ให้เช่าจะตกลงขายทรัพย์สินให้เขานั้นแก่ผู้เช่าได้เมื่อครบกำหนดสัญญาเช่า

บริษัทฯ เริ่มให้บริการสินเชื่อลีสซิ่งในปี 2535 และได้ขยายธุรกิจต่อมาจนเป็นธุรกิจหลักอีกประเภทหนึ่ง บริษัทฯ ได้ให้บริการสินเชื่อลีสซิ่งแก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในรูปแบบของนิติบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ทรัพย์สินที่ให้เช่าจึงมีทั้งรถยนต์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรม เช่น เครื่องจักร รถเครน รถยก เป็นต้น

สินเชื่อลีสซิ่งที่บริษัทฯ ให้บริการนั้นส่วนมากเป็นการให้สินเชื่อลีสซิ่งแบบสัญญาเช่าชนิดลงทุน (Financial Lease) โดยเป็นสัญญาที่มีอายุระยะปานกลาง คือ 3-5 ปี และผู้ประกอบการที่บริษัทฯ ได้ให้สินเชื่อไปนั้น ส่วนมากเป็นนิติบุคคลขนาดกลางขึ้นไป ที่มีความน่าเชื่อถือทางการเงินสูง สำหรับสัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) นั้น บริษัทฯ ได้เริ่มให้บริการตอนปลายปี 2540 แต่ยังจำกัดการให้บริการเพียงเฉพาะธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และลูกค้าที่บริษัทฯ ทราบประวัติเป็นอย่างดีเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทฯ มีสัญญาเช่าดำเนินงานเพียงจำนวนเล็กน้อยเท่านั้น

3. สินเชื่อโอนสิทธิเรียกร้อง หรือสินเชื่อแฟคตอริง (Factoring) สินเชื่อแฟคตอริงเป็นการให้สินเชื่อ โดยซื้อขายลูกหนี้ทางการค้า บริษัทผู้ให้สินเชื่อจะทำหน้าที่รับซื้อบัญชีลูกหนี้การค้าในรูปของใบกำกับสินค้าประเภทต่าง ๆ จากผู้ขายสินค้า กล่าวคือ ผู้ขายจะโอนสิทธิบัญชีลูกหนี้การค้าที่เกิดจากการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อมาให้กับบริษัทผู้ให้สินเชื่อ ขณะเดียวกันบริษัทผู้ให้สินเชื่อจะจ่ายเงินเต็มจำนวนหรือบางส่วนตามแต่จะตกลงกัน พร้อมกันนั้นก็คิดส่วนลดและค่าธรรมเนียมในการบริหารบัญชีลูกหนี้ ครอบคลุมการเรียกเก็บหนี้ตามบัญชีเมื่อครบกำหนดชำระและรับผิดชอบต่อหนี้สูญตามมูลค่าของการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ เริ่มให้บริการสินเชื่อแฟคตอริงในปลายปี 2538 โดยรับซื้อบัญชีลูกหนี้การค้าจากลูกค้าเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น ซึ่งบางครั้งสถาบันการเงินไม่สามารถรองรับต่อความต้องการของธุรกิจเหล่านั้นได้ ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการให้สินเชื่อในด้านนี้ต่อธุรกิจทั่วไป ยกเว้นเฉพาะธุรกิจส่งออก

นอกเหนือจากธุรกิจหลัก 3 ประเภทข้างต้นแล้ว บริษัทฯ ยังมีการให้สินเชื่อในด้าน สินเชื่อ Floor Plan และสินเชื่อรถจักรยาน

สินเชื่อ Floor Plan เป็นการให้สินเชื่อแก่ผู้จำหน่ายรถยนต์เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในการจัดซื้อรถมาเพื่อจำหน่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะขยายตัวทางด้านนี้มากนัก ทั้งนี้เพราะบริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะใช้สินเชื่อ Floor Plan เป็นเพียงเครื่องมือสำหรับการสนับสนุนแก่ผู้จำหน่ายรถยนต์เฉพาะบางรายที่บริษัทฯ เชื่อถือว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมและมีประวัติการติดต่อธุรกิจที่ดีกับบริษัทฯ และสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจครบวงจรเท่านั้น

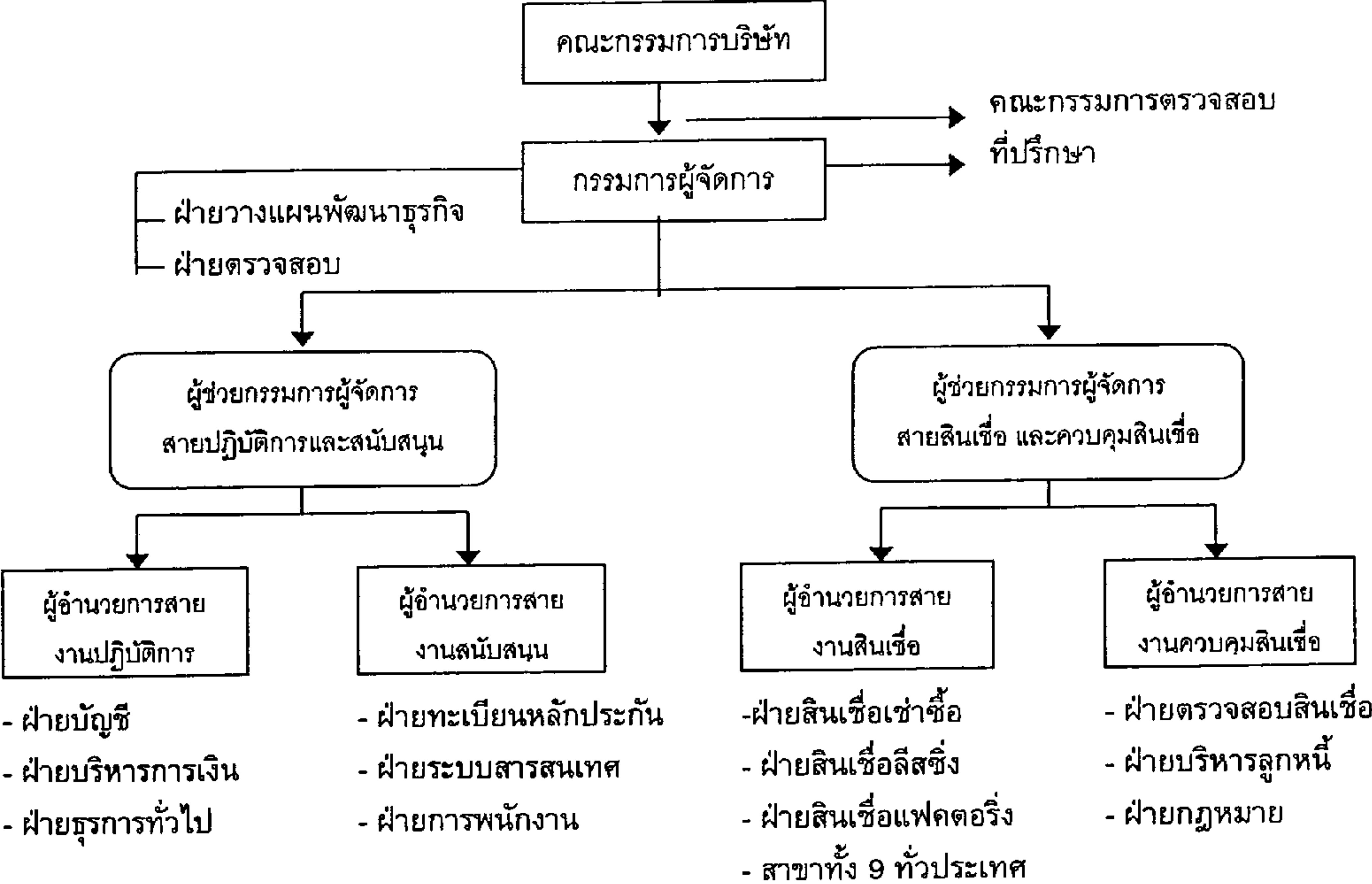
สินเชื่อรถจักรยาน เป็นการให้สินเชื่อแก่บุคคลทั่วไป โดยมีหลักประกัน คือ ตัวรถยนต์ ซึ่งลูกค้าผู้ขอสินเชื่อเป็นเจ้าของในรถยนต์นั้น บริษัทฯ ได้เริ่มให้สินเชื่อรถจักรยานในปี 2543 แต่ปริมาณการให้สินเชื่อยังมีน้อยรายมาก อุปสรรคอย่างหนึ่งที่ทำให้สินเชื่อรถจักรยานไม่ประสบผลสำเร็จ เป็นเพราะลูกค้าที่มาขอสินเชื่อลักษณะนี้เป็นกลุ่มที่มีความต้องการใช้เงินเร็ว แต่บริษัทฯ ยังมีขั้นตอนตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่ารถยนต์ที่ลูกค้านำมาวางไว้เป็นหลักประกันนั้น เป็นของลูกค้ายาวนานจริงและไม่ติดภาระการอายัดใดๆ อยู่ ซึ่งการตรวจสอบเหล่านี้ย่อมใช้เวลาจึงไม่สามารถปล่อยเงินให้กับลูกค้าที่มาติดต่อในวันนั้นได้ทันที

สำหรับจำนวนสาขาที่เปิดบริการนั้น ปัจจุบันบริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่ที่กรุงเทพมหานคร และมีสาขา 9 สาขา ได้แก่

- 1.สาขาเชียงใหม่
- 2.สาขาลำปาง
- 3.สาขาเชียงราย
- 4.สาขาพิษณุโลก
- 5.สาขานครราชสีมา
- 6.สาขาชลบุรี
- 7.สาขานครสวรรค์
8. สาขาลพบุรี
- 9.สาขาขอนแก่น

ปัจจุบันสาขาทั้ง 9 แห่งได้ให้บริการเฉพาะสินเชื่อเช่าซื้อเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากยังขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการให้สินเชื่อสินเชื่อและแฟคตอริงในตลาดต่างจังหวัด

โครงสร้างองค์กรของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 3 โครงสร้างองค์การของบริษัท

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุดาทิพย์ เทวกุล ได้ทำวิจัยเรื่อง ธุรกิจลีสซิ่ง ได้เสนอข้อได้เปรียบสำหรับการเช่าแบบลีสซิ่งของผู้เช่าดังนี้

- 1.มีความยืดหยุ่นของสัญญา ซึ่งความยืดหยุ่นของสัญญานี้มักใช้เพื่อจุดประสงค์เฉพาะสิ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง
- 2.ใช้เงินทุนต่ำ เนื่องจากผู้เช่าสามารถได้รับความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนในทรัพย์สินให้เช่าเต็มมูลค่า และสามารถคงเงินสดสำรองได้อีก
- 3.เป็นการขยายแหล่งสินเชื่อ
- 4.ประโยชน์ด้านภาษีอากร โดยผู้เช่าได้รับประโยชน์ทางด้านภาษีอากรในรูปค่าเช่าที่สามารถนำมาหักค่าใช้จ่ายออกจากรายได้ที่ต้องเสียภาษี
- 5.บัญชีบดลุ โดยทรัพย์สินที่มีการเช่ามักจะไม่ปรากฏในงบดุล (กรณี Operation Lease) บริษัทที่มีความประสงค์จะให้ส่วนที่เป็นทรัพย์สินและภาระความรับผิดชอบของบริษัทดูไม่มากขึ้นมักจะมองว่าการใช้วิธีการลีสซิ่งซึ่งสามารถสนองความต้องการได้
- 6.มีความทันสมัย เนื่องจากวิธีการเช่าแบบ Operation Lease นี้มิได้ผูกมัดให้ผู้เช่าใช้วัสดุอุปกรณ์เป็นระยะเวลานาน จึงสามารถเป็นวิธีการที่ป้องกันการล้าสมัยได้

โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการ ลีสซิ่ง พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการลีสซิ่งคือ ปัจจัยด้านภาษีอากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการเงิน และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านบริการ และเมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งกับตัวแปรปัจจัยของกลุ่มประชากร ศาสตร์ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ด้านเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่ง สำหรับด้านบัญชี ด้านภาษีอากร ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านอื่น ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งสำหรับด้านบัญชี ด้านภาษีอากร ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านอื่น ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบัญชี ด้านภาษีอากร และด้านการเงินมากที่สุด

ด้านประสบการณ์ทำงาน พบว่า กลุ่มผู้ที่ทำงานน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งด้านการเงินมากที่สุด ส่วนผู้ที่มีการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งสำหรับด้านบัญชี มากที่สุด ขณะที่ 3 กลุ่มที่เหลือให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาษีอากรมากที่สุด

ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มบริษัทที่มีรายได้รวมในจำนวนต่างๆ กัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งสำหรับด้านบัญชี ด้านภาษีอากร ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านอื่น ไม่แตกต่างกัน

ด้านกำไรสุทธิ พบว่า กลุ่มบริษัทที่มีกำไรสุทธิแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งสำหรับด้านบัญชี ด้านภาษีอากร ด้านบริการ และด้านอื่น ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า บริษัทที่มีกำไรสุทธิน้อยกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเงินมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีกำไรสุทธิในระดับอื่นๆ

นิสันต์ เภาเบญจกุล (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการลีสซิ่งให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลีสซิ่งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการลีสซิ่งให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลีสซิ่งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มี 3 ประการ คือ การเคยใช้บริการลีสซิ่งมาก่อน จำนวนเงินงบประมาณลงทุนในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และทัศนคติโดยรวมที่มีต่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ได้รับจากการเลือกใช้บริการลีสซิ่ง นอกจากนี้พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับประโยชน์ในด้านเทคโนโลยี อันดับหนึ่งในเรื่องการลดความเสี่ยงในการล้าสมัยของคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ ประโยชน์ด้านภาษีอากร

เมื่อทดสอบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ได้รับ พบว่า เพศชายจะให้ความสำคัญกับประโยชน์ด้านภาษีอากรมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มบริษัทเห็นว่า การเช่าแบบลีสซิ่งแตกต่างจากการเช่าซื้อ จะให้ความสำคัญต่อประโยชน์ด้านบัญชี การเงิน และเทคโนโลยี มากกว่า กลุ่มที่เห็นว่า การเช่าแบบลีสซิ่งไม่แตกต่างจากการเช่าซื้อ

ธนวรรณ โปนพันธ์ (2533 : 65-75) ศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงานของบริษัทลีสซิ่งอย่างแท้จริง ซึ่งเริ่มศึกษาความเป็นมาของธุรกิจลีสซิ่งและลีสซิ่งในประเทศไทย ประเภท และรูปแบบลีสซิ่งในปัจจุบัน เป็นแบบ Financial มากกว่า Operation Leasing

นงลักษณ์ หุตะภิญโญ (2529 : 87) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินงานของธุรกิจลีสซิ่งไทย จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจและอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีความต้องการรู้รายละเอียดเกี่ยวกับลีสซิ่ง และสนใจที่จะใช้บริการ แต่ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำลงมีผลให้ธุรกิจลีสซิ่งขยายตัวลดลง เพราะต้องมีการพิจารณาผู้เช่าอย่างเข้มงวดขึ้นเนื่องจากผู้เช่าต้องประสบปัญหาในการดำเนินงาน ธุรกิจนี้จะขยายตัวมากขึ้น ถ้ามีบริการที่ดีทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และคิดผลตอบแทนในอัตราที่ไม่สูงนัก ตลอดจนการที่ทางราชการจะมีนโยบายและกฎหมายที่แน่ชัดในอันที่จะควบคุมและส่งเสริม ก็จะช่วยให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้ดำเนินกิจการนี้และผู้ที่ต้องการเข้ามาลงทุน

ภัตตรา จตุพรสัมฤทธิ์ (2535 : 53) ได้ศึกษาปัญหาการดำเนินการของธุรกิจลีสซิ่งในประเทศไทย ได้ผลสรุปว่า ธุรกิจลีสซิ่งประสบปัญหาการดำเนินงานบางประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องภาษีอากร และนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับธุรกิจลีสซิ่ง แหล่งเงินทุน ชนิดของเครื่องจักรหรือสินค้าประเภททุน ตลอดจนรสนิยมของผู้เช่า เป็นต้น ดังนั้นจึงคาดได้ว่า ธุรกิจลีสซิ่งจะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากประเทศไทยกำลังพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไปอย่างรวดเร็ว

อัจฉรา ชูติมาวณิช (2537 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ลีสซิ่งกับธุรกิจการบิน โดยการเปรียบเทียบต้นทุนในการจัดหาเครื่องบินโบอิง 747-400 จำนวน 1 ลำ ด้วยวิธีการลีสซิ่งแบบ Japanese Leveraged Lease และการกู้ยืมเงินตราต่างประเทศโดยการหามูลค่าปัจจุบัน และมีข้อกำหนดว่า เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า ผู้เช่าจะได้เครื่องบินมาเป็นทรัพย์สินหลังจากชำระเงินงวดสุดท้าย จากการศึกษาได้ผลสรุปว่า การจัดหาเครื่องบินโดยวิธีลีสซิ่งจะได้ต้นทุนที่ต่ำกว่าการกู้ แต่อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์นี้ได้นำเพียงต้นทุนมาวิเคราะห์เท่านั้น มิได้นำปัจจัยอื่นเข้ามาวิเคราะห์ด้วย เช่น อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาคืนหนี้ ระยะเวลาปลอดหนี้ ความสอดคล้องระหว่างรายรับและรายจ่าย และเงื่อนไขพิเศษที่จะได้รับจากเงื่อนไขนั้น ซึ่งจะมีผลในการเลือกวิธีการจัดหาเครื่องบิน นอกจากนี้การเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งย่อมขึ้นกับสถานะของบริษัทด้วย

อินโฟ แคนาดา (Info Canada. 1996) จากบทความเรื่อง Leasing Gaining Popularity With Short Computer Life Cycle พบว่า การทำลีสซิ่ง ในอุปกรณ์ประเภทเครื่องคอมพิวเตอร์ ทั้งในส่วนที่เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และเครื่องเมนเฟรม มีอัตราสูงขึ้นประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ต่อปี เปรียบเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตทั้งอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทางด้านข้อมูล ซึ่งเพิ่มขึ้นเพียง 10 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี โดยปัจจัยที่เป็นผลสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการลีสซิ่งคือ ความล้าสมัยหรือการเปลี่ยนแปลงที่เร็ว ทางด้านคอมพิวเตอร์ การทำลีสซิ่งทำให้ผู้เช่ามีประโยชน์ทั้งในด้านการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงดูแลรักษา ค่าเสื่อมราคา หรือความเสียหายจากการล้าสมัยของคอมพิวเตอร์ รวมทั้งยังได้รับประโยชน์จากเรื่อง ภาษี และความยืดหยุ่น

แคง ซังจุน (Kang Sungjune. 1996) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกที่จะทำธุรกิจลีสซิ่ง พบว่า ภาษีมีส่วนช่วยให้คนหันมาสนใจที่จะเลือกใช้บริการธุรกิจลีสซิ่ง เพราะทำให้มีส่วนช่วยในการลดต้นทุนได้สูง

จากแนวคิดงานวิจัยที่กล่าวมา ได้มีการสรุปและทำการศึกษาเน้นไปในด้านธุรกิจลีสซิ่ง ซึ่งจัดได้ว่าเป็นธุรกิจใหม่ประเภทหนึ่งในประเทศไทยที่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยที่ผ่านมามีการศึกษาในเรื่องของการดำเนินในธุรกิจลีสซิ่ง ตลอดจนปัจจัยที่มีผลกระทบ และปัญหาต่างๆที่พบในการทำธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านภาษีอากร และด้านการเงิน มีผลต่อการให้บริการลีสซิ่งเป็นอย่างมาก ในขณะที่เดียวกันทางด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการลีสซิ่ง ก็ถือได้ว่ามีส่วนสำคัญไม่น้อยต่อการขยายตัวของธุรกิจลีสซิ่ง โดยมีการคาดการณ์ถึงธุรกิจลีสซิ่ง น่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศ ภายใต้พื้นฐานการให้บริการของบริษัทลีสซิ่งที่ดี และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยในด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อ ในด้านการให้บริการ ตลอดจนภาพลักษณ์ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 1.แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 2.เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูล ประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

- 1.แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและข้อมูลจากบริษัท ตำรา ทฤษฎี สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยต่างๆ
- 2.แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 สัญญา

ประชากร คือ ลูกค้านิติบุคคลที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4,000 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าในปี พ.ศ. 2544, ฝ่ายสินเชื่อและการตลาดลีสซิ่ง สำนักงานใหญ่, บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน))

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane จากสูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ N แทน จำนวนประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม

เมื่อ e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ เท่ากับ 0.05

$$n = \frac{4,000}{1 + 4,000 (0.05)^2}$$
$$n = 364$$

ค่าเผื่อความสูญเสียอีก 10% ซึ่งเท่ากับ 36 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ [Systematic Sampling หรือ (SYS)] ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าประเภทนิติบุคคล โดยวิธีการนำรายชื่อลูกค้านิติบุคคลมาทั้งหมด 4,000 สัญญา จากนั้นทำการสุ่มหน่วยตัวอย่างแรกโดยการจับสลาก (สมมติว่า ได้เลข10) ส่วนหน่วยที่ 2 และหน่วยอื่นๆ ถัดไปจะห่างเท่าๆ กัน คือทำการสุ่มทุกๆ K หน่วย โดย K หาได้ดังนี้

$$K = N/n$$

เมื่อ N คือ จำนวนประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม
เมื่อ n คือ จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

ดังนั้น $K = 4,000/400 = 10$

เพราะฉะนั้น หน่วยแรกในการสุ่มคือ ลูกค้าเลขที่ 10 หน่วยต่อมาคือลูกค้าเลขที่ 20 ไปเรื่อย จนกว่าจะครบ 400 ตัวอย่าง ในกรณีที่ลูกค้าหน่วยใดปฏิเสธที่จะตอบแบบสอบถาม ก็จะดำเนินการสุ่มเริ่มต้นไปใหม่ โดยเริ่มต้นหน่วยแรกในการสุ่มรอบใหม่ คือลูกค้าเลขที่ 11 และสุ่มต่อจนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทนิติบุคคล ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และ รายได้ โดยใช้คำถามที่ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว (Multiple choices question)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจลูกค้าในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลิสซิ่ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-ended response question) แบบสเกลการจัดประเภท (Category scale) ลักษณะข้อคำถามแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจอย่างมาก พึงพอใจ เฉยๆ ไม่พึงพอใจ และไม่พึงพอใจอย่างมาก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามให้ระบุปัญหาในการใช้บริการ และแนวทางในการแก้ไขปัญหที่ได้รับ โดยใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended response question)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความพึงพอใจ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. รวบรวมเนื้อหา และสาระต่าง ๆ จากเอกสาร งานวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภค โดยกำหนดขอบเขต และเนื้อหาครอบคลุมจุดมุ่งหมาย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อ กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ
5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนอกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out)
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้ว ไปทดลองใช้กับผู้ปกครองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย
7. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha – Coefficient) โดยใช้สูตร Cronbach's Alpha ได้เท่ากับ 0.9678

การเก็บรวบรวมข้อมูล

จะดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือน มกราคม 2546 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ในกรณีที่ลูกค้าไม่มีเวลาตอบ แต่ยินดีที่ตอบให้ในเวลาอื่น จะขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในวัน-เวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวก

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS) โดยการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปรแล้วนำมาคำนวณค่าร้อยละ (Percentage)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

- 1. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาหาความถี่และค่าร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะทางด้าน ประชากรศาสตร์
 - 2. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อ โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้
- ด้านระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่ง แบ่งเป็น 5 ระดับโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พึงพอใจอย่างมาก	5
พึงพอใจ	4
เฉยๆ	3
ไม่พึงพอใจ	2
ไม่พึงพอใจอย่างมาก	1

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่งจึงสามารถกำหนดได้ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค. 2537 : 29)

- ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจอย่างมากต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง
- ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งเฉยๆ
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 จัดอยู่ในระดับไม่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 จัดอยู่ในระดับไม่มีความพึงพอใจอย่างมากต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง

3. การทดสอบข้อสมมติฐานข้อที่ 1 – 5 ที่ว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีประเภทยุทธศาสตร์ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีขนาดธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

4. การวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา (แบบสอบถามตอนที่ 3) จะใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125 - 126)

$$Cronbach's\ alpha = \frac{K \frac{COVARIANCE}{VARIANCE}}{1 + (K - 1) \frac{COVARIANCE}{VARIANCE}}$$

เมื่อ	K	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\frac{COVARIANCE}{VARIANCE}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม
		แทน	ค่าเฉลี่ยแปรปรวนของคำถาม

2. สถิติพื้นฐาน มีดังนี้

2.1 ค่าร้อยละ

2.2 ค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
$\sum x$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์ รัตนะ. 2541 : 65)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum X)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม
ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2534 : 249)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่ $df_1 = p - 1$

$df_2 = n - p$

เมื่อ F	แทน	ค่าการแจกแจงของ F
MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
df_1	แทน	องศาอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
df_2	แทน	องศาอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
p	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

3.2 การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference)
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542 : 332-334)

สูตร
$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	K	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ในกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าสถิติ F-distribution
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ โดยจำแนกตามประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด โดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปแบบความถี่ประกอบความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ ประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ ประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน

รายละเอียดของลูกค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ		
- เช่าซื้อ	168	42.0
- ลีสซิ่ง	232	58.0
รวม	400	100.0
2. ประเภทของนิติบุคคล		
- บริษัทจำกัด	214	53.5
- ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	32	8.0
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด	154	38.5
- บริษัทมหาชน	0	0
รวม	400	100.0
3. ประเภทของธุรกิจ		
- เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร	66	16.5
- เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน	23	5.8
- อุตสาหกรรมเบา เช่น เครื่องประดับ สิ่งทอ หนังสือตัว	40	10.0
- ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และ อุปกรณ์ขนส่ง	53	13.3
- อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า	77	19.3
- เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก	62	15.5
- ธุรกิจบริการ และสาธารณูปโภค	73	18.3
- อื่นๆ เช่น ธุรกิจเงินทุน และหลักทรัพย์	6	1.5
รวม	400	100.0
4. ขนาดของธุรกิจ		
- ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท	275	68.8
- ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-20 ล้านบาท	115	28.8
- ทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท	10	2.5
รวม	400	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

รายละเอียดของลูกค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
- ต่ำกว่า 3 ปี	132	33.0
- 3-10 ปี	189	47.3
- มากกว่า 10 ปี	79	19.8
รวม	400	100.0
6. รายได้ของธุรกิจต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	204	51.0
- 1-10 ล้านบาท	185	46.3
- มากกว่า 10 ล้านบาท	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 สามารถสรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของลูกค้าได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาตามประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการประเภทสินเชื่อ จำนวน 232 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 และลูกค้าที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อ จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0

เมื่อพิจารณาตามประเภทนิติบุคคล พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็น บริษัทจำกัด จำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และ บริษัทมหาชน จำนวน 0 ราย

เมื่อพิจารณาตามประเภทของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็น ลูกค้าประเภทหมวดธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาเป็นลูกค้าประเภทหมวดธุรกิจ บริการ และสาธารณูปโภค จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 หมวดธุรกิจเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 หมวดธุรกิจเคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 หมวดธุรกิจผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 หมวดธุรกิจอุตสาหกรรมเบา เช่น เครื่องประดับ สิ่งทอ หนังสือพิมพ์ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 หมวดธุรกิจเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 และ หมวดธุรกิจประเภทอื่นๆ เช่นธุรกิจเงินทุน และหลักทรัพย์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5

เมื่อพิจารณาตามขนาดของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 275 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาเป็นลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-20 ล้านบาท จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.8 และลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ 3-10 ปี จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมามีระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8

เมื่อพิจารณาตามรายได้ของธุรกิจต่อเดือน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 204 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือน 1-10 ล้านบาท จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 และมีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนมากกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทสยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทสยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 8-11

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า โดยรวมทุกด้านและรายด้าน (N = 400)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.62	0.86	พึงพอใจ
2. ด้านการให้บริการ	3.81	0.67	พึงพอใจ
3. ด้านภาพลักษณ์	3.86	0.67	พึงพอใจ
รวม	3.78	0.69	พึงพอใจ

จากตาราง 8 พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.78) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.62, 3.81 และ 3.86 ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อโดยรวมและรายข้อ (N = 400)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ			
1. มีอัตราดอกเบี้ยเหมาะสม	3.39	0.90	เฉยๆ
2. มีค่างวดที่เหมาะสมในแต่ละงวด	3.68	0.70	พึงพอใจ
3. มีระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวดที่เหมาะสม	3.66	0.72	พึงพอใจ
4. มีเงินมัดจำเริ่มแรกที่เหมาะสม	3.39	0.77	เฉยๆ
5. มีการกำหนดวงเงินสินเชื่อที่เหมาะสม	3.64	0.75	พึงพอใจ
6. มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ ของผู้เช่าที่เหมาะสม	3.65	0.73	พึงพอใจ
7. มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ ของผู้ค้ำประกันที่เหมาะสม	3.55	0.60	พึงพอใจ
8. เงื่อนไขในการยึดคินของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม	3.20	0.71	เฉยๆ
รวม	3.62	0.86	พึงพอใจ

จากตาราง 9 พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจในด้าน มีค่างวดที่เหมาะสมในแต่ละงวด (ค่าเฉลี่ย = 3.68) มีระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวดที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.66) มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้ค้ำประกันที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.55) มีการกำหนดวงเงินสินเชื่อที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.64) มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ ของผู้เช่าที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.65)

ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ อยู่ 3 ด้าน ประกอบด้วย มีเงินมัดจำเริ่มแรกที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.39) มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.39) และ เงื่อนไขในการยึดคินของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.20)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขการให้บริการโดยรวม และรายข้อ (N = 400)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านการให้บริการ			
1. การให้คำแนะนำในบริการเกี่ยวกับสินค้าซื้อ/เช่าซื้อ	3.93	0.57	พึงพอใจ
2. ความชัดเจนในขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ	3.79	0.70	พึงพอใจ
3. ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	3.64	0.85	พึงพอใจ
4. มีสาขาครอบคลุมทั่วทุกจังหวัด	3.51	0.72	พึงพอใจ
5. การให้ชำระค่างวดโดยหักบัญชีอัตโนมัติ	3.63	0.55	พึงพอใจ
6. การอำนวยความสะดวกในการชำระค่างวดที่เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ทุกสาขา	3.75	0.65	พึงพอใจ
7. ความเหมาะสมของการเปิดบริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์	3.58	0.64	พึงพอใจ
8. ความเหมาะสมของเวลาทำการ 8.00-17.30 น.	3.56	0.61	พึงพอใจ
9. ความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริหาร	3.37	0.77	เฉยๆ
10. การจัดหาทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว	3.73	0.69	พึงพอใจ
11. ความรวดเร็วในการเข้าไปซ่อมดูแลทรัพย์สินให้กับลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหา	3.47	0.69	พึงพอใจ
12. การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของบริการ	3.57	0.65	พึงพอใจ
13. บริษัทอำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทประกันภัย	3.79	0.58	พึงพอใจ
14. การให้คำแนะนำในบริการรูปแบบใหม่ ของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ	3.49	0.65	พึงพอใจ
15. มีทำเล สถานที่ตั้งของบริษัท ที่เหมาะสม	3.69	0.77	พึงพอใจ
16. มีความสะดวกสบายในด้านสถานที่ติดต่อและที่จอดรถ	3.48	0.86	พึงพอใจ
รวม	3.81	0.67	พึงพอใจ

จากตาราง 10 พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและสินเชื่อ ของบริษัท สยามพาณิชย์สินเชื่อ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.81)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจในด้าน การให้คำแนะนำในบริการเกี่ยวกับสินค้าซื้อ/เช่าซื้อ (ค่าเฉลี่ย=3.93) ความชัดเจนในขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ และบริษัทอำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทประกันภัย (ค่าเฉลี่ย=3.79) การอำนวยความสะดวกในการชำระค่างวดที่เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ทุกสาขา (ค่าเฉลี่ย=3.75) การจัดหาทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย=3.73) มีทำเล สถานที่ตั้งของบริษัท ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย=3.69) ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย=3.64) การให้ชำระค่างวดโดยหักบัญชีอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย=3.63) ความเหมาะสมของการเปิดบริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย=3.58) การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของบริการ (ค่าเฉลี่ย=3.57) ความเหมาะสมของเวลาทำการ 8.00-17.30 น. (ค่าเฉลี่ย=3.56) มีสาขาครอบคลุมทั่วทุกจังหวัด (ค่าเฉลี่ย=3.51)การให้คำแนะนำในบริการรูปแบบใหม่ ของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย=3.49) มี

ความสะอาดสบายในด้านสถานที่ติดต่อและที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย=3.48) และ ความรวดเร็วในการเข้าไปซ่อมดูแลทรัพย์สินให้กับลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหา (ค่าเฉลี่ย=3.47)

ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ในด้านความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย = 3.37)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านภาพลักษณ์โดยรวมและรายข้อ (N = 400)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านภาพลักษณ์			
1. เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง	3.79	0.53	พึงพอใจ
2. เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	3.53	0.59	พึงพอใจ
3. มีสาขามากครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ	3.67	0.68	พึงพอใจ
4. มีธนาคารไทยพาณิชย์ ให้การสนับสนุน	3.61	0.62	พึงพอใจ
5. มีความเชี่ยวชาญในด้านเช่าซื้อลิสซิ่ง	3.76	0.73	พึงพอใจ
6. เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจเช่าซื้อและลิสซิ่ง	3.68	0.73	พึงพอใจ
7. มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดี	3.81	0.64	พึงพอใจ
8. มีบุคลากรที่มีความสุภาพเรียบร้อย	3.73	0.60	พึงพอใจ
9. มีบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน	3.64	0.66	พึงพอใจ
10. มีบุคลากรที่มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้น	3.54	0.66	พึงพอใจ
11. บุคลากรที่มีความสนใจในการติดตามงาน	3.69	0.72	พึงพอใจ
12. มีบุคลากรที่มีความสามารถในการแนะนำเรื่องการปล่อยสินเชื่	3.61	0.56	พึงพอใจ
13. มีบุคลากรที่มีความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย	3.62	0.68	พึงพอใจ
14. มีบุคลากรที่มีความแม่นยำในกฎระเบียบของบริษัทฯ	3.49	0.55	พึงพอใจ
รวม	3.86	0.67	พึงพอใจ

จากตาราง 11 พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.86)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจในด้าน มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดี (ค่าเฉลี่ย = 3.81) เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย = 3.79) มีความเชี่ยวชาญในด้านเช่าซื้อลิสซิ่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.76) มีบุคลากรที่มีความสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย = 3.73) บุคลากรที่มีความสนใจในการติดตามงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.69) เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจเช่าซื้อและลิสซิ่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.68) มีสาขามากครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.67) มีบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.64) มีบุคลากรที่มีความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย = 3.62) มีธนาคารไทยพาณิชย์ ให้การสนับสนุน และมีบุคลากรที่มีความสามารถในการแนะนำเรื่องการปล่อยสินเชื่ (ค่าเฉลี่ย = 3.61) มีบุคลากรที่มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้น (ค่าเฉลี่ย = 3.54) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย = 3.53) และ มีบุคลากรที่มีความแม่นยำในกฎระเบียบของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย = 3.49)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ใน 3 ด้านคือ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 12 – 26

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีประเภทนิติบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 12 - 13

- H_0 : ลูกค้าประเภทนิติบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ลูกค้าประเภทนิติบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล

ความพึงพอใจ	บริษัทจำกัด			ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล			ห้างหุ้นส่วนจำกัด		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.66	0.85	พึงพอใจ	3.50	0.88	พึงพอใจ	3.58	0.87	พึงพอใจ
2. ด้านการให้บริการ	3.81	0.65	พึงพอใจ	4.06	0.76	พึงพอใจ	3.75	0.67	พึงพอใจ
3. ด้านภาพลักษณ์	3.84	0.71	พึงพอใจ	4.00	0.57	พึงพอใจ	3.86	0.63	พึงพอใจ
รวม	3.78	0.69	พึงพอใจ	3.84	0.77	พึงพอใจ	3.77	0.67	พึงพอใจ

จากตาราง 12 พบว่า ลูกค้าประเภทบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล และห้างหุ้นส่วนจำกัด มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมและรายด้านในระดับพึงพอใจ

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ที่มีประเภตินิติบุคคลแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	0.977	2	0.488	0.661	0.517
	ภายในกลุ่ม	293.501	397	0.739		
	รวม	294.477	399			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.647	2	1.323	2.949	0.054
	ภายในกลุ่ม	178.143	397	0.449		
	รวม	180.790	399			
3. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.748	2	0.374	0.837	0.434
	ภายในกลุ่ม	177.412	397	0.447		
	รวม	178.160	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.161	2	0.080	0.169	0.845
	ภายในกลุ่ม	189.037	397	0.476		
	รวม	189.198	399			

จากตาราง 13 พบว่า ลูกค้าที่เป็นประเภตินิติบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) โดยรวมทุกด้าน และรายด้าน คือ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และ ด้านภาพลักษณ์ มีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.517, 0.054 และ 0.434 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ H_0 หมายความว่า ลูกค้าที่มีประเภตินิติบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีประเภทรูรึกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 14 –18

H_0 : ลูกค้าประเภทรูรึกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งไม่แตกต่างกัน
 H_1 : ลูกค้าประเภทรูรึกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ความพึงพอใจ	เกษตรกรรม			เหมืองแร่ ฯ		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.65	0.77	พึงพอใจ	3.43	0.95	พึงพอใจ
2.ด้านการให้บริการ	3.71	0.74	พึงพอใจ	4.26	0.45	พึงพอใจมากที่สุด
3.ด้านภาพลักษณ์	3.77	0.76	พึงพอใจ	4.09	0.42	พึงพอใจ
รวม	3.82	0.70	พึงพอใจ	3.91	0.60	พึงพอใจ

ตาราง 14 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	อุตสาหกรรมเบา			ผลิตภัณฑ์โลหะ ฯ		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.50	0.64	พึงพอใจ	3.38	0.63	เฉยๆ
2.ด้านการให้บริการ	3.58	0.71	พึงพอใจ	3.55	0.57	พึงพอใจ
3.ด้านภาพลักษณ์	3.78	0.62	พึงพอใจ	3.60	0.57	พึงพอใจ
รวม	3.73	0.64	พึงพอใจ	3.49	0.58	พึงพอใจ

ตาราง 14 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	อิเล็กทรอนิกส์			เคมีภัณฑ์		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.86	0.88	พึงพอใจ	3.76	0.99	พึงพอใจ
2.ด้านการให้บริการ	3.97	0.63	พึงพอใจ	3.84	0.73	พึงพอใจ
3.ด้านภาพลักษณ์	3.97	0.67	พึงพอใจ	3.85	0.76	พึงพอใจ
รวม	3.87	0.71	พึงพอใจ	3.76	0.76	พึงพอใจ

ตาราง 14 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ธุรกิจบริการ			อื่นๆ		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.52	0.97	พึงพอใจ	3.50	0.55	พึงพอใจ
2.ด้านการให้บริการ	3.88	0.60	พึงพอใจ	3.50	0.55	พึงพอใจ
3.ด้านภาพลักษณ์	3.97	0.62	พึงพอใจ	4.00	0.00	พึงพอใจ
รวม	3.84	0.71	พึงพอใจ	4.00	0.00	พึงพอใจ

จากตาราง 14 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจในหมวดเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร หมวดเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน หมวดอุตสาหกรรมเบา เช่นเครื่องประดับ สิ่งทอ หนังสือพิมพ์ หมวดผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง หมวดอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า หมวดเคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก หมวดธุรกิจบริการ และสาธารณูปโภค และหมวดธุรกิจอื่นๆ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจในหมวดเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ในด้านการให้บริการในระดับพึงพอใจมากที่สุด และ หมวดธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อในระดับเฉยๆ ส่วนประเภทธุรกิจอื่นๆมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯในแต่ละด้านในระดับพึงพอใจ

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	10.869	2	1.553	2.146*	0.038
	ภายในกลุ่ม	283.609	397	0.723		
	รวม	294.477	399			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	14.192	2	2.027	4.771**	0.000
	ภายในกลุ่ม	166.598	397	0.425		
	รวม	180.790	399			
3. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	7.502	2	1.072	2.462*	0.018
	ภายในกลุ่ม	170.658	397	0.435		
	รวม	178.160	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.233	2	0.890	1.908	0.067
	ภายในกลุ่ม	182.964	397	0.467		
	รวม	189.198	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 พบว่า ลูกค้าที่เป็นประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้านมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.067 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ H_0 หมายความว่า ลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 16, 17 และ 18 ตามลำดับ

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามประเภทของธุรกิจ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ

ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ		ประเภทของธุรกิจ							
ประเภทของธุรกิจ	$\bar{X}$	เกษตรกรรมฯ	เหมืองแร่ฯ	อุตสาหกรรมเบาฯ	ผลิตภัณฑ์โลหะฯ	อิเล็กทรอนิกส์	เคมีภัณฑ์	ธุรกิจบริการ	อื่นๆ
		3.65	3.43	3.50	3.38	3.86	3.76	3.52	3.50
เกษตรกรรมฯ	3.65	-	0.22 (0.293)	0.15 (0.375)	0.27 (0.081)	0.21 (0.150)	0.11 (0.479)	0.13 (0.365)	0.15 (0.676)
เหมืองแร่ฯ	3.43		-	0.06 (0.770)	0.05 (0.787)	0.42* (0.037)	0.32 (0.120)	0.08 (0.673)	0.06 (0.867)
อุตสาหกรรมเบาฯ	3.50			-	0.12 (0.492)	0.36* (0.032)	0.26 (0.135)	0.02 (0.902)	0.00 (1.000)
ผลิตภัณฑ์โลหะฯ	3.38				-	0.48* (0.002)	0.38* (0.017)	0.14 (0.351)	0.12 (0.738)
อิเล็กทรอนิกส์ฯ	3.86					-	0.09 (0.495)	0.34* (0.016)	0.36 (0.322)
เคมีภัณฑ์ฯ	3.76						-	0.24 (0.107)	0.26 (0.478)
ธุรกิจบริการฯ	3.52							-	0.02 (0.955)
อื่นๆ	3.50								-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงว่า ลูกค้าในหมวดธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ มากกว่าลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทเหมืองแร่ และหมวดธุรกิจอุตสาหกรรมเบา และหมวดธุรกิจผลิตภัณฑ์โลหะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีหมวดธุรกิจประเภทเคมีภัณฑ์ มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ มากกว่าลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทธุรกิจบริการมีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ น้อยกว่าลูกค้าที่มีหมวดธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามประเภทของธุรกิจด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ		ประเภทของธุรกิจ							
ประเภทของธุรกิจ	$\bar{X}$	เกษตรกรรมฯ	เหมืองแร่ฯ	อุตสาหกรรมเบาฯ	ผลิตภัณฑ์โลหะฯ	อิเล็กทรอนิกส์	เคมีภัณฑ์	ธุรกิจบริการ	อื่นๆ
		3.71	4.26	3.58	3.55	3.97	3.84	3.88	3.50
เกษตรกรรมฯ	3.71	-	0.55* (0.001)	0.14 (0.295)	0.16 (0.171)	0.26* (0.017)	0.13 (0.273)	0.16 (0.138)	0.21 (0.446)
เหมืองแร่ฯ	4.26		-	0.69* (0.000)	0.71* (0.000)	0.29 (0.065)	0.42* (0.008)	0.38* (0.014)	0.76* (0.011)
อุตสาหกรรมเบาฯ	3.58			-	0.02 (0.839)	0.40* (0.002)	0.26* (0.047)	0.30* (0.019)	0.07 (0.793)
ผลิตภัณฑ์โลหะฯ	3.55				-	0.43* (0.000)	0.29* (0.017)	0.33* (0.005)	0.04 (0.867)
อิเล็กทรอนิกส์ฯ	3.97					-	0.14 (0.225)	0.09 (0.361)	0.47 (0.087)
เคมีภัณฑ์ฯ	3.84						-	0.03 (0.736)	0.34 (0.225)
ธุรกิจบริการฯ	3.88							-	0.38 (0.174)
อื่นๆ	3.50								-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงว่า ลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทเหมืองแร่ และหมวดธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทเกษตรกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ลูกค้าในหมวดธุรกิจประเภทเหมืองแร่ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมเบาฯ หมวดผลิตภัณฑ์โลหะฯ หมวดเคมีภัณฑ์ หมวดธุรกิจบริการ และหมวดธุรกิจอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมเบาและผลิตภัณฑ์โลหะ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ น้อยกว่าลูกค้าในหมวดธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หมวดเคมีภัณฑ์ หมวดธุรกิจบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามประเภทของธุรกิจ ด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์		ประเภทของธุรกิจ							
ประเภทของธุรกิจ	$\bar{X}$	เกษตรกรรมฯ	เหมืองแร่ฯ	อุตสาหกรรมเบาฯ	ผลิตภัณฑ์โลหะฯ	อิเล็กทรอนิกส์	เคมีภัณฑ์	ธุรกิจบริการ	อื่นๆ
		3.77	4.09	3.78	3.60	3.97	3.85	3.97	4.00
เกษตรกรรมฯ	3.77	-	0.31* (0.005)	0.02 (0.986)	0.17 (0.166)	0.20 (0.070)	0.08 (0.482)	0.20 (0.075)	0.23 (0.420)
เหมืองแร่ฯ	4.09		-	0.31 (0.072)	0.48** (0.004)	0.11 (0.472)	0.23 (0.150)	0.11 (0.469)	0.08 (.774)
อุตสาหกรรมเบาฯ	3.78			-	0.17 (0.216)	0.20 (0.123)	0.07 (0.551)	0.20 (0.129)	0.23 (0.437)
ผลิตภัณฑ์โลหะฯ	3.60				-	0.37* (0.002)	0.25* (0.043)	0.37** (0.002)	0.40 (0.164)
อิเล็กทรอนิกส์ฯ	3.97					-	0.12 (0.290)	.001 (0.989)	0.02 (0.926)
เคมีภัณฑ์ฯ	3.85						-	0.12 (0.302)	0.15 (0.607)
ธุรกิจบริการฯ	3.97							-	0.02 (0.926)
อื่นๆ	4.00								-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 แสดงว่า ลูกค้าในหมวดประเภทของธุรกิจเกษตรกรรมมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์น้อยกว่าลูกค้าในหมวดธุรกิจเหมืองแร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ลูกค้าในหมวดธุรกิจเหมืองแร่ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์มากกว่าลูกค้าหมวดธุรกิจผลิตภัณฑ์โลหะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าในหมวดธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์น้อยกว่าลูกค้าหมวดธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ หมวดธุรกิจเคมีภัณฑ์ และหมวดธุรกิจบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีขนาดธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 19 - 21

- H_0 : ลูกค้าขนาดธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ลูกค้าขนาดธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

ความพึงพอใจ	ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท			ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-20 ล้านบาท			ทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.69	0.85	พึงพอใจ	3.83	0.66	พึงพอใจ	3.85	0.65	พึงพอใจ
2.ด้านการให้บริการ	3.47	0.85	พึงพอใจ	3.78	0.72	พึงพอใจ	3.87	0.71	พึงพอใจ
3.ด้านภาพลักษณ์	3.30	1.06	เฉยๆ	3.50	0.53	พึงพอใจ	3.90	0.74	พึงพอใจ
รวม	3.62	0.86	พึงพอใจ	3.81	0.67	พึงพอใจ	3.86	0.67	พึงพอใจ

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่มีขนาดธุรกิจด้วยทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-20 ล้านบาท และทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่งของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ในด้านภาพลักษณ์ในระดับเฉยๆ

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	5.007	2	2.503	3.433*	0.033
	ภายในกลุ่ม	289.471	397	0.729		
	รวม	294.477	399			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.103	2	0.551	1.218	0.297
	ภายในกลุ่ม	179.687	397	0.453		
	รวม	180.790	399			
3. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.034	2	0.017	0.039	0.962
	ภายในกลุ่ม	178.125	397	0.449		
	รวม	178.160	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.127	2	0.564	1.190	0.305
	ภายในกลุ่ม	188.070	397	0.474		
	รวม	189.197	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้านมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.305 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ H_0 หมายความว่า ลูกค้าที่มีขนาดธุรกิจต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ แตกต่างกันอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 21

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยาม พาณิชยลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามขนาดของธุรกิจ

ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ		ขนาดของธุรกิจ (ทุนจดทะเบียน)		
ขนาดของธุรกิจ	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5 ล้านบาท	5-20 ล้านบาท	มากกว่า 20 ล้านบาท
		3.69	3.47	3.30
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	3.69	-	0.22* (0.020)	0.39 (0.156)
5-20 ล้านบาท	3.47		-	0.17 (0.547)
มากกว่า 20 ล้านบาท	3.30			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงว่า ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ มากกว่า ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียน 5-20 ล้านบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน ปราบฏผลดังตาราง 22 - 24

- H_0 : ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่ง ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่ง แตกต่างกัน

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 3 ปี			3-10 ปี			มากกว่า 10 ปี		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.79	0.71	พึงพอใจ	3.89	0.58	พึงพอใจ	3.90	0.55	พึงพอใจ
2.ด้านการให้บริการ	3.71	0.93	พึงพอใจ	3.92	0.71	พึงพอใจ	4.01	0.71	พึงพอใจ
3.ด้านภาพลักษณ์	3.11	0.73	เฉยๆ	3.38	0.56	เฉยๆ	3.44	0.57	พึงพอใจ
รวม	3.62	0.86	พึงพอใจ	3.81	0.67	พึงพอใจ	3.86	0.67	พึงพอใจ

จากตาราง 22 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี ระหว่าง 3-10 ปี และ มากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์ในระดับเฉยๆ

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	25.448	2	12.724	18.776**	0.000
	ภายในกลุ่ม	269.030	397	0.678		
	รวม	294.477	399			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	17.858	2	8.929	21.756**	0.000
	ภายในกลุ่ม	162.932	397	0.410		
	รวม	180.790	399			
3. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	17.952	2	8.976	22.243**	0.000
	ภายในกลุ่ม	160.208	397	0.404		
	รวม	178.160	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	19.040	2	9.520	22.212**	0.000
	ภายในกลุ่ม	170.157	397	0.429		
	รวม	189.198	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯโดยรวมทุกด้านมีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับ H_1 หมายความว่า H_0 หมายความว่า ลูกค้าที่มีขนาดธุรกิจต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 24

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเข้าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	$\bar{X}$	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
		ต่ำกว่า 3 ปี	3-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ		3.79	3.71	3.11
ต่ำกว่า 3 ปี	3.79	-	0.07 (0.399)	0.67* (0.000)
3-10 ปี	3.71		-	.60* (0.000)
มากกว่า 10 ปี	3.11			-
ด้านการให้บริการ		3.89	3.92	3.38
ต่ำกว่า 3 ปี	3.89	-	-.02 (0.714)	.51* (0.000)
3-10 ปี	3.92		-	.54* (0.000)
มากกว่า 10 ปี	3.38			-
ด้านภาพลักษณ์		3.90	4.01	3.44
ต่ำกว่า 3 ปี	3.90	-	0.10 (0.151)	0.46* (0.000)
3-10 ปี	4.01		-	0.56* (0.000)
มากกว่า 10 ปี	3.44			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อมากกว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านการให้บริการ มากกว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์ มากกว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 25 - 26

- H_0 : ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามรายได้ของธุรกิจต่อเดือน

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท			1-10 ล้านบาท			มากกว่า 10 ล้านบาท		
	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ	$\bar{X}$	S	ระดับ
1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	3.65	0.84	พึงพอใจ	3.85	0.65	พึงพอใจ	3.89	0.64	พึงพอใจ
2.ด้านการให้บริการ	3.59	0.87	พึงพอใจ	3.78	0.70	พึงพอใจ	3.83	0.70	พึงพอใจ
3.ด้านภาพลักษณ์	3.36	1.03	เฉยๆ	3.45	0.52	พึงพอใจ	3.82	0.75	พึงพอใจ
รวม	3.62	0.86	พึงพอใจ	3.81	0.67	พึงพอใจ	3.86	0.67	พึงพอใจ

จากตาราง 25 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนต่ำกว่า 1 ล้านบาท ระหว่าง 1-10 ล้านบาท และมากกว่า 10 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์ ในระดับเฉยๆ

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง จำแนกตามรายได้ของธุรกิจต่อเดือน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ	ระหว่างกลุ่ม	1.048	2	0.524	0.709	0.493
	ภายในกลุ่ม	293.429	397	0.739		
	รวม	294.477	399			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.860	2	0.930	2.063	0.128
	ภายในกลุ่ม	178.930	397	0.451		
	รวม	180.790	399			
3. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	0.311	2	0.156	0.348	0.707
	ภายในกลุ่ม	177.849	397	0.448		
	รวม	178.160	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.308	2	0.654	1.382	0.252
	ภายในกลุ่ม	187.890	397	0.473		
	รวม	189.198	399			

จากตาราง 26 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) โดยรวมทุกด้าน และรายด้าน คือ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และ ด้านภาพลักษณ์ มีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.493, 0.128 และ 0.707 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ H_0 หมายความว่า ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้ง

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้รับการให้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขต กรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด โดยเรียงลำดับความถี่

ตาราง 27 ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้รับการให้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

ปัญหา	ความถี่
1. อัตราดอกเบี้ยที่สูง	13
2. เงินมัดจำที่สูง	5
3. ที่จอดรถไม่สะดวก	4
4. มีความล่าช้าในการอนุมัติสินเชื่อ	2
แนวทางการแก้ปัญหา	ความถี่
1. ควรมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และมีแคมเปญในเรื่องอัตราดอกเบี้ย	13
2. ควรพิจารณาเรื่องเงินมัดจำให้ต่ำกว่านี้ ตลอดจนแคมเปญเรื่องการยกเว้นเงินมัดจำ	5
3. ควรปรับปรุงและขยายพื้นที่จอดรถให้เพิ่มมากขึ้น	4
4. ควรลดขั้นตอนการอนุมัติให้สะดวก และรวดเร็วขึ้น	2

จากตาราง 27 พบว่า ปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่สูง (ความถี่ = 13) เป็นปัญหาส่วนใหญ่ที่ลูกค้าที่ใช้ บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งพบ ซึ่งแนวทางการแก้ไขของปัญหาดังกล่าวคือ การพิจารณาปรับดอกเบี้ยให้ต่ำลง รวมถึงการพิจารณาจัดแคมเปญเรื่องอัตราดอกเบี้ย เช่น อัตราดอกเบี้ยที่ถูกมากสำหรับการผ่อนชำระในรอบปี แรก

ปัญหาเรื่องเงินมัดจำ เป็นปัญหอันดับรองลงมาที่ผู้ให้บริการของบริษัทพบอยู่ โดยแนวโน้มนการแก้ ปัญหาเรื่องเงินมัดจำได้แก่ การพิจารณาด้านแคมเปญการยกเว้นเงินมัดจำสำหรับลูกค้าชั้นดี หรือลูกค้าเก่าที่ เคยใช้บริการกับทางบริษัท

สำหรับปัญหาด้านสถานที่เรื่องสถานที่จอดรถยนต์สำหรับลูกค้าที่มาติดต่อกับบริษัท และความล่าช้าในการอนุมัติสินเชื่อ มีความถี่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากับ 4 และ 2 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 3 ด้าน คือ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ โดยผลของการศึกษานี้เพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารบริษัทใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการรักษาจุดแข็ง และปรับปรุงจุดด้อยของบริษัท อีกทั้งเป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจวางแผน และปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ผู้วิจัยได้แบ่งการเสนอเนื้อหา ดังต่อไปนี้ ความมุ่งหมายของการวิจัย สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ประเภทนิติบุคคล ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และ รายได้ของธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาปัญหาของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าประเภทนิติบุคคลต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
2. ลูกค้าประเภทธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
3. ลูกค้าขนาดธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งแตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4,000 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าในปี พ.ศ 2544, ฝ่ายสินเชื่อและการตลาดลีสซิ่ง สำนักงานใหญ่, บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน))

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 364 ราย (จากสูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane) เมื่อค่าความสูญเสียอีก 10% เท่ากับ 36 ราย รวมเป็น 400 ราย

สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ [Systematic Sampling หรือ (SYS)] เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้เป็นลูกค้าประเภทนิติบุคคลจำนวนรวม 400 ราย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ดำเนินการศึกษากับประชากร ได้แก่ ลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ฉบับ โดยวิธีสอบถามทางโทรศัพท์ ซึ่งมีความสมบูรณ์ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการประเภทเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยค้นคว้าสร้างขึ้น ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจสภาพทั่วไปของลูกค้าที่ทำการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ จำนวน 38 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อทราบปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหามาที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกระทำการประมวลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Science/Personal Computer Plus) โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับไม่พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับไม่พึงพอใจอย่างมาก

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

4. รวบรวมปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด โดยนำเสนอในรูปความถี่ประกอบความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ดังนี้

1. ลูกค้าของ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัทฯ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

1.1. ความพึงพอใจในด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ประกอบด้วย มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม มีเงินมัดจำเริ่มแรกที่เหมาะสม และ เงื่อนไขในการยืดอกของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม และ ด้านที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ประกอบด้วย มีค่าวงที่ที่เหมาะสมในแต่ละงวด มีระยะเวลาการผ่อนชำระค่าวงที่เหมาะสม มีการกำหนดวงเงินสินเชื่อที่เหมาะสม มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้เช่าที่เหมาะสม มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้ค้ำประกันที่เหมาะสม

1.2. ความพึงพอใจในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ประกอบด้วย ความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริหาร และ ด้านที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ประกอบด้วย การให้คำแนะนำในบริการเกี่ยวกับสินเชื่อลีสซิ่ง/เช่าซื้อ ความชัดเจนในขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีสาขาครอบคลุมทั่วทุกจังหวัด การให้ชำระค่าวงโดยหักบัญชีอัตโนมัติ การอำนวยความสะดวกในการชำระค่าวงที่เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ทุกสาขา ความเหมาะสมของการเปิดบริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ความเหมาะสมของเวลาทำการ 8.00-17.30 น. การจัดหาทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ความรวดเร็วในการเข้าไปซ่อมดูแลทรัพย์สินให้กับลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหา การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของบริการ บริษัทฯอำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทประกันภัย การให้คำแนะนำในบริการรูปแบบใหม่ ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ มีทำเล สถานที่ตั้งของบริษัท ที่เหมาะสม มีความสะดวกสบายในด้านสถานที่ติดต่อและที่จอดรถ

1.3 ความพึงพอใจในด้านภาพลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจในทุกด้าน ประกอบด้วย เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีสาขามากครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ มีธนาคารไทยพาณิชย์ ให้การสนับสนุน มีความเชี่ยวชาญในด้านเช่าซื้อและลีสซิ่ง เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่ง มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดี มีบุคลากรที่มีความสุภาพเรียบร้อย มีบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน มีบุคลากรที่มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้น บุคลากรที่มีความสนใจในการติดตามงาน มีบุคลากรที่มีความสามารถในการแนะนำเรื่องการปล่อยสินเชื่อ มีบุคลากรที่มีความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย มีบุคลากรที่มีความแม่นยำในกฎระเบียบของบริษัทฯ

2. ลูกค้าของบริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของ บริษัทฯ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน สรุปผลได้ดังนี้

2.1 จำแนกตามประเภทนิติบุคคล พบว่า ลูกค้าประเภทบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนจำกัด มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมและรายด้านในระดับพึงพอใจ

2.2 จำแนกตามประเภทของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจประเภท เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน อุตสาหกรรมเบา เช่นเครื่องประดับ สิ่งทอ หนังสือสัตว์ ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก ธุรกิจบริการ และสาธารณูปโภค และธุรกิจอื่นๆ มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ธุรกิจประเภทเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านการให้บริการในระดับพึงพอใจมากที่สุด และ ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อในระดับเฉยๆ ส่วนประเภทธุรกิจอื่นๆมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ในแต่ละด้านในระดับพึงพอใจ

2.3 จำแนกตามขนาดของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-20 ล้านบาทและทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ในด้านภาพลักษณ์ในระดับเฉยๆ

2.4 จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี 3-10 ปี และ มากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์ในระดับเฉยๆ

2.5 จำแนกตามรายได้ของธุรกิจต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนต่ำกว่า 1 ล้านบาท 1-10 ล้านบาท และมากกว่า 10 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ โดยรวมในระดับพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์ในระดับเฉย ๆ

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามประเภทนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และรายได้ของธุรกิจต่อเดือน สรุปผลได้ดังนี้

3.1 ลูกค้าที่มีประเภทของนิติบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 ลูกค้าที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามปลายเปิด พบว่า

- ปัญหาที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเรื่องอัตราดอกเบี้ย รองลงมาได้แก่ เงินมัดจำที่สูง การมีที่จอดรถยนต์ไม่สะดวก และ ความล่าช้าในการอนุมัติสินเชื่อ

- แนวทางการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การปรับปรุงเรื่องอัตราดอกเบี้ยให้มีอัตราที่ต่ำ การพิจารณาเรื่องเงินมัดจำ โดยการเสนอแนะการแก้ปัญหาในเรื่องการยกเว้นเงินมัดจำ การปรับปรุงเรื่อง การอำนวยความสะดวกในสถานที่จอดรถยนต์ และสุดท้ายการปรับปรุงขั้นตอนการอนุมัติให้มีความรวดเร็วมากขึ้น

อภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาค้นคว้า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของ บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1.1. ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ เป็นความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ในระดับพึงพอใจ อาจเป็นเพราะ บริษัทฯ มีต่างวัดที่เหมาะสมในแต่ละวัด มีระยะเวลาการผ่อนชำระต่างวัดที่เหมาะสม มีการกำหนดวงเงินสินเชื่อที่เหมาะสม มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้เช่าที่เหมาะสม และมีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้ค้ำประกันที่เหมาะสม โดยที่ สุวัฒน์ ไบเจริญ (2540 : 26) ได้อ้างอิงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ต่อการบริการตามทฤษฎีของ คอมีค (Cormik. 1947 : 173) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่างๆ ที่ได้รับ การตอบสนอง และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 45-49) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า จากแนวคิดดังกล่าวพบว่า บริษัทฯมีเงื่อนไขในการให้สินเชื่อกับลูกค้าแต่ละราย ได้เหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านการให้บริการ เป็นความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัทฯ ในระดับพึงพอใจ อาจเป็นเพราะ บริษัทฯ มีการให้คำแนะนำในการเกี่ยวกับสินเชื่อลีสซิ่ง/เช่าซื้อ มีความชัดเจนในขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ มีความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีสาขาครอบคลุมทั่วทุกจังหวัด มีการให้ชำระต่างวัดโดยหักบัญชีอัตโนมัติ มีการอำนวยความสะดวกในการชำระต่างวัดที่เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ทุกสาขา มีความเหมาะสมของการเปิดบริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีความเหมาะสมของเวลาทำการการจัดหาทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีความรวดเร็วในการเข้าไปซ่อมดูแลทรัพย์สินให้กับลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหา มีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของบริการ มีบริษัทอำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทประกันภัย มีการให้คำแนะนำในการรูปแบบใหม่ ของบริษัทฯอย่างสม่ำเสมอ มีทำเล สถานที่ตั้งของบริษัทที่เหมาะสมประกอบกับมีความสะดวกสบายในด้านสถานที่ติดต่อและที่จอดรถ โดยที่ จอห์น ดี มิลเลต (ภักดี ดนัยพงศกร. 2539 : 23) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) คือการให้บริการที่มีความยุติธรรม การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์การให้บริการอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะบรรลุผล (Continuous Service) และมีการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ และมณีวรรณ ต้นไทย (สุวัฒน์ ไบเจริญ. 2540 : 35) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ คือ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ และ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ความพึงพอใจในการบริการเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้า ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะการให้บริการ กับการคาดหวังของลูกค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยสามารถพิจารณาจากความรวดเร็วในการให้บริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างเท่า

เทียบ การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) สำหรับการให้บริการ โดยมุ่งเน้นถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับหลังจากการใช้บริการ จากแนวคิดดังกล่าว บริษัทมีการให้บริการที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของลูกค้า ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าในระดับพึงพอใจ

1.3 ด้านภาพลักษณ์ เป็นความพึงพอใจต่อการใช้บริการเข้าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัท ในระดับพึงพอใจ อาจเป็นเพราะ บริษัท เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับทั่วไป เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีสาขามากครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ ทำให้สะดวกแก่การเข้ารับบริการ มีธนาคารไทยพาณิชย์ ให้การสนับสนุน มีความเชี่ยวชาญในด้านเข้าซื้อและลีสซิ่ง เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจเข้าซื้อและลีสซิ่ง มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดี มีบุคลากรที่มีความสุภาพเรียบร้อย มีบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน มีบุคลากรที่มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้น มีบุคลากรที่มีความสนใจในการติดตามงาน มีบุคลากรที่มีความสามารถในการแนะนำเรื่องการปล่อยสินเชื่อ มีบุคลากรที่มีความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย มีบุคลากรที่มีความแม่นยำในกฎระเบียบของบริษัท โดยที่ วัลลภา ชายหาต (2532 : 35) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะบริการที่ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจ กล่าวคือ การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันต่อกำหนดเวลา การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า และมีการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน อัจฉนา โทบุญ (2534 : 13) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการตามทัศนะของกูด (Good. 1973 : 27) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลจากความสนใจ ต่างๆ และทัศนคติของบุคคลต่อกิจกรรม จากแนวคิดดังกล่าวพบว่าบริษัท มีการบริการด้านภาพลักษณ์ของบริษัทได้สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ โดยรวมทุกด้านและรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

2.1 ลูกค้าที่เป็นประเภทยานยนต์บุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างระหว่าง ลูกค้าที่เป็นประเภทยานยนต์บุคคล เป็น บริษัท จำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่ง ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ของบริษัท สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้าที่มีประเภทยานยนต์บุคคลเป็นบริษัท จำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจในการบริการจากบริษัทเหมือนกัน โดยที่บริษัท สามารถให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน กับลูกค้าทุกประเภทยานยนต์บุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จอห์น ดี มิลเล็ด (ภักดี ดนัยพงศกร. 2539 : 23) ที่ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจากการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรม

2.2 ลูกค้าที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเข้าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ และด้านภาพลักษณ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างระหว่างประเภทของธุรกิจ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านการให้บริการ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ และด้านภาพลักษณ์ สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทเหมืองแร่ฯ กับ อิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทเกษตรกรรม และลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทเคมีภัณฑ์ และธุรกิจบริการฯ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมเบา และ ลูกค้าที่มีธุรกิจประเภท อิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์ และธุรกิจบริการฯ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะฯ และ ลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อมากกว่าลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทเหมืองแร่ฯ อุตสาหกรรมเบาฯ และ ผลิตภัณฑ์โลหะฯ และ ลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทเคมีภัณฑ์ มีความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อมากกว่าลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะฯ และ ลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์ และ ธุรกิจบริการฯ มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ มากกว่าลูกค้าที่มีธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์โลหะฯ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ จอห์น ดี มิลเลต (ภักดี ตันยพงศกร. 2539 : 23 ; วัลลภา ซายหาด. 2532 : 35) ที่ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะบริการที่ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจ คือ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่ง พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านบริการ

2.3 ลูกค้าที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างระหว่างขนาดของธุรกิจมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ มากกว่าลูกค้าที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5-20 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่ง พบว่า กลุ่มบริษัทที่มีกำไรสุทธิแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่ง ไม่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ จอห์น ดี มิลเลต (ภักดี ตันยพงศกร. 2539 : 23 ; วัลลภา ซายหาด. 2532 : 35) ที่ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะบริการที่ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจ คือ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และ การให้บริการที่มีความยุติธรรม ซึ่งบริษัทที่มีขนาดของธุรกิจแตกต่างกันได้รับการให้บริการแตกต่างกัน ไม่เท่าเทียมกัน

2.4 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯโดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ มากกว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี และ ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านการให้บริการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี และ ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านภาพลักษณ์ มากกว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี โดยลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า (ต่ำกว่า 3 ปี และ 3-10 ปี) มีความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทฯ ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ มากกว่าลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า (มากกว่า 10 ปี) อาจเป็นเพราะลูกค้ำที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า อาจเคยใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัทอื่น ๆ ทำให้เกิดการเปรียบเทียบกับการให้บริการของบริษัทฯ จึงทำให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทฯ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งพบว่า ประชากรที่มีประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งด้านการเงินแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้ที่ทำงานน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งด้านการเงินมากที่สุด และ กฤษณ์ ไทรงาม (2545) ได้ศึกษาพบว่าลูกค้ำที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกัน

2.5 ลูกค้ำที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทฯ โดยรวมทุกด้านและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างระหว่างลูกค้ำที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ตั้งแต่ 1-10 ล้านบาท และ มากกว่า 10 ล้านบาท ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้ำที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ตั้งแต่ 1-10 ล้านบาท และ มากกว่า 10 ล้านบาท มีความพึงพอใจในการบริการจากบริษัทฯ เหมือนกัน โดยที่บริษัทฯ สามารถให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน กับลูกค้ำที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จอห์น ดี มิลเลต (ภักดี ตันยพงศกร. 2539 : 23) ที่ได้กล่าวเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรม และสอดคล้องกับการวิจัยของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่ง พบว่า กลุ่มบริษัทที่มีรายได้รวมในจำนวนต่าง ๆ กัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการพิจารณาเลือกใช้บริการลีสซิ่งสำหรับด้านบัญชี ด้านภาษีอากร ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง เพชรบุรี พบว่าลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการวิจัยของ นิสันต์ เงามบุญกุล (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการ

ลิสซิ่งให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลิสซิ่งกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการลิสซิ่งให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลิสซิ่งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มี 3 ประการ คือ การเคยใช้บริการลิสซิ่งมาก่อน จำนวนเงินงบประมาณลงทุนในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และทัศนคติโดยรวมที่มีต่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ได้รับจากการเลือกใช้บริการลิสซิ่ง นอกจากนี้พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับประโยชน์ในด้านเทคโนโลยีอันดับหนึ่งในเรื่องการลดความเสี่ยงในการล้าสมัยของคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ ประโยชน์ด้านภาษีอากร ซึ่งบริษัทจะให้บริการด้านต่างๆ แก่ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ไม่ขึ้นกับรายได้ของลูกค้า

3. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา ที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและ ลิสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

พบว่า บริษัทฯ มีความล่าช้าในการอนุมัติสินเชื่อ มีเงินมัดจำและ ดอกเบี้ยสูง มีที่จอดรถไม่สะดวก ดังนั้นควรมี แนวทางการแก้ปัญหา คือ ควรปรับปรุงระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อให้รวดเร็วกว่านี้ รวมถึงการพิจารณาถึงความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ย และเงินมัดจำให้เหมาะสม และควรปรับปรุงที่จอดรถให้สะดวกแก่ผู้มาติดต่อ และจากการศึกษางานวิจัยของ ของ ภัตตรา จตุพรสัมฤทธิ์ (2535 : 53) ได้ศึกษาปัญหาการดำเนินการของธุรกิจลิสซิ่งในประเทศไทย ได้ผลสรุปว่า ธุรกิจลิสซิ่งประสบปัญหาการดำเนินงานบางประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องภาษีอากร และนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับธุรกิจลิสซิ่ง แหล่งเงินทุนชนิดของเครื่องจักรหรือสินค้าประเภททุน ตลอดจนรสนิยมของผู้เช่า เป็นต้น จึงควรระมัดระวังถึงปัญหาดังกล่าวเพิ่มเติมด้วย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพรรณี อัครศิริเลิศ (2540) ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในลักษณะเฉพาะของธนาคารด้านสถานที่จอดรถสะดวก ในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านอาคารสถานที่จอดรถ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ควรคำนึงถึง และควรมีแนวทางในการแก้ปัญหาสถานที่จอดรถต่อไป

จากผลการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้านิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่ง ของบริษัท สยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องทางด้านการสารสนเทศ เพื่อใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อ ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ ตลอดจนทราบถึงปัญหาและวิธีการแก้ไขซึ่งได้รับการสอบถามโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยผลการวิเคราะห์ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมทุกด้านต่อการใช้บริการสินเชื่อและเช่าซื้อของบริษัทฯ อยู่ในระดับพึงพอใจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ดีในการที่บริษัทจำเป็นต้องรักษาระดับมาตรฐานในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อ ด้านการบริการ และด้านภาพลักษณ์ เพื่อเป้าหมายสูงสุดคือความพึงพอใจของลูกค้า ในขณะเดียวกันบริษัทสามารถที่จะค้นพบจุดบกพร่องที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่งของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ตลอดจนการแก้ไขในข้อบกพร่องที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นเครื่องมือสำหรับฝ่ายบริหารที่จะดำเนินงานด้านวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการตลาด การบริการ และการเสริมสร้างภาพพจน์ของบริษัทในสายตาของลูกค้าผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจ ทั้งนี้ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มีนโยบายในการวางกฎเกณฑ์เรื่องให้สินเชื่อทั้งในส่วนของการเช่าซื้อและลีสซิ่งที่ชัดเจน โดยแม้ในปัจจุบันจะมีคู่แข่งในธุรกิจเช่าซื้อและลีสซิ่งจากต่างประเทศ ที่มีข้อได้เปรียบเรื่องต้นทุนของเงินทุนที่ถูก และสามารถให้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า ในขณะที่บริษัทฯ มีนโยบายอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามกลไกของตลาด และสอดคล้องไปกับการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยของธนาคารไทยพาณิชย์ มิได้มุ่งเน้นการแข่งขันที่อัตราดอกเบี้ยเป็นสำคัญ ดังนั้นบริษัทได้มุ่งเน้นไปในด้านเงื่อนไขอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลาการผ่อนชำระที่เหมาะสม การกำหนดวงเงินสินเชื่อที่เหมาะสม ตลอดจนหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้เช่า และผู้ค้ำประกันที่เหมาะสม

ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้บริษัทฯ พิจารณาลักษณะที่ในการให้สินเชื่อ โดยในรูปแบบของโปรแกรมส่งเสริมการตลาด เช่น การกำหนดการส่งเสริมการขายและบริการสำหรับลูกค้าใหม่ในเรื่องเงินมัดจำ โดยดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์ที่มีชื่อเสียง การให้การส่งเสริมการขายและบริการสำหรับลูกค้ารายเก่าขึ้นดี ในการพิจารณาอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม

2.ด้านการให้บริการ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจ ทั้งนี้ ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า คือ เป้าหมายที่สำคัญของพนักงานทุกคนในบริษัทฯ ดังนั้นการขยายสาขาให้ครอบคลุมกับพื้นที่การให้บริการแก่ลูกค้า การเพิ่มบริการร่วมกับธนาคารพาณิชย์ โดยการชำระค่างวดผ่านธนาคารพาณิชย์ และการบริการต่างๆ เป็นสิ่งที่บริษัทฯ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งบริษัทยังมีบริการเสริมในเรื่องการสหภาพบริษัทประกันภัย โดย บริษัท สามัคคีประกันภัย และ บริษัท เทเวศน์ประกันภัย ซึ่งทั้งสองเป็นบริษัทในเครือของธนาคารไทยพาณิชย์เช่นกัน

ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้บริษัทฯ พัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการ โดยเพิ่มการให้บริการในรูปแบบของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อลดระยะในการมาติดต่อกับทางบริษัทด้วยตนเอง ซึ่งอาจประสบกับปัญหาติดเนื่องมาจากบริษัทฯ ตั้งอยู่ในแหล่งธุรกิจที่มีการจราจรคับคั่ง และปัญหาเรื่องที่จอดรถ โดยทั้งนี้บริษัทฯ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มการรับรู้ข่าวสารแก่ลูกค้า และเป็นการขยายตัวโอกาสทางธุรกิจให้แก่บริษัทอีกทางด้วย

3.ด้านภาพลักษณ์ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ทั้งนี้ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ถือได้ว่าเป็นสถาบันการเงินรายใหญ่ ที่ประกอบธุรกิจหลักทางด้านเช่าซื้อและลีสซิ่ง ด้วยระยะเวลาการดำเนินงานกว่า 20 ปี อีกทั้งยังเป็นบริษัทในเครือและได้รับการสนับสนุนที่ดีจาก ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นเครื่องรับรองความมั่นคงของบริษัทได้เป็นอย่างดี โดยส่วนหนึ่งของลูกค้าที่ใช้บริการของ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) จะเป็นลูกค้าที่ได้รับการแนะนำและส่งเสริมจาก ธนาคารไทยพาณิชย์ สืบเนื่องมาจากข้อจำกัดในการให้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของธนาคาร

ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้บริษัทฯ รักษาจุดแข็งดังกล่าวข้างต้นไว้ โดยการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัท อันได้แก่การสร้างความเข้าใจ และกำหนดเป้าหมายในการบริการเพื่อมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ อีกทั้งเพิ่มขีดความรู้ ความสามารถของพนักงาน ด้วยการการจัดอบรม และให้ความรู้เพิ่มเติมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ทั้งใน ด้านระเบียบข้อบังคับของบริษัท ด้านข่าวสารเทคโนโลยี ด้านความรู้ภาษาอังกฤษ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรมีการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของลูกค้า ประเภทประชาชนทั่วไป โดยพิจารณาความแตกต่างในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
2. ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของลูกค้า กับปัจจัยระยะเวลาที่ลูกค้าเป็นลูกค้ากับบริษัท
- 3.ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของลูกค้า กับปัจจัยการเป็นลูกค้าเช่าซื้อและลีสซิ่งกับบริษัทอื่นๆ เปรียบเทียบกับบริษัทสยามพาณิชย์จำกัด หรือเคยเป็นลูกค้าเช่าซื้อและลีสซิ่งกับบริษัทอื่นๆก่อนหน้านี้เป็นลูกค้ากับบริษัทสยามพาณิชย์จำกัด หรือไม่
- 4.ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง อาทิเช่น ผลประโยชน์ที่ได้รับในเรื่องของภาษี เรื่องระบบบัญชี เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- เซาวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์ บธ.ม.(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตร.
- นพมาศ ปานทอง. (2545). ข้อมูลสรุปภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์. กรุงเทพฯ : แผนกศึกษาและวิเคราะห์ สถาบันยานยนต์. ถ่ายเอกสาร.
- นงลักษณ์ หุตะภิญโญ. (2529). การศึกษาการดำเนินของธุรกิจสีสซิ่งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ พศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ธนวรรณ โปนพันธ์. (2533). สีสซิ่งเคเรดิต แหล่งเงินทุนใหม่. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บริษัท สยามพาณิชย์สีสซิ่ง จำกัด (มหาชน). (2539). การบัญชีสำหรับสัญญาเช่าระยะยาว และกฎหมายภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง. (เอกสารประกอบการบรรยาย). กรุงเทพฯ : ฝ่ายการพนักงาน บมจ.สยามพาณิชย์สีสซิ่ง. ถ่ายเอกสาร.
- บริษัท สยามพาณิชย์สีสซิ่ง จำกัด (มหาชน). (2542). รายงานประจำปี 2541. กรุงเทพฯ : บมจ.สยามพาณิชย์สีสซิ่ง.
- . (2543). รายงานประจำปี 2542. กรุงเทพฯ : บมจ.สยามพาณิชย์สีสซิ่ง.
- . (2544). รายงานประจำปี 2543. กรุงเทพฯ : บมจ.สยามพาณิชย์สีสซิ่ง.
- . (2545). รายงานประจำปี 2544. กรุงเทพฯ : บมจ.สยามพาณิชย์สีสซิ่ง.
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2531). ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อการกระบวนการยุติธรรม : การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิแวกริเอทและระดับมัลติแวกริเอท. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ภัตตรา จตุพรสัมฤทธิ์. (2535). ปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจสีสซิ่งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วัลลภา ชายหาด. (2532). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะด้านรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ร.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิชัย เกตุสิงห์. (2541). การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สมเดช โรจน์คุรีเสถียร. (2539). การบัญชีธุรกิจสีสซิ่ง เช่าซื้อ และการผ่อนชำระ. กรุงเทพฯ : บจก.ดีไลท์.
- สุดาทิพย์ เทวกุล. (2531). ธุรกิจสีสซิ่ง. วิทยานิพนธ์ น.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สาธิต รังคสิริ. (2539). สูดยอดเคล็ดวิชา "สีสซิ่ง". (เอกสารประกอบการอบรม). กรุงเทพฯ : ฝ่ายการพนักงาน บมจ.สยามพาณิชย์สีสซิ่ง. ถ่ายเอกสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2545). ธุรกิจสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์ 2545. กรุงเทพฯ : บจก.ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : A.N.การพิมพ์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2542). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- อัจฉรา ชุติมาวงศ์. (2537). *ลีสซิ่งกับธุรกิจการบิน*. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. พัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- Bouman, James S. and Norman, David L. (1975). "Attitudes Towards the Public Service : A survey Evaluation : Are They Compatible ?" , *Public Administration Review*. 30(20) : 113-135 : March-April.
- Millet, John D. (1954). *Management in the Public Service*. New York : Mc-Graw Hill, Book Company.
- Morse, Nancy C. (1955). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan.
- Stipak, Brian. (1979). *Citizen Satisfaction with Urban Service : Potential Misuse as Performance Indicato*. *Public Administration Review*. 20(36) : 46-52 : January-February.
- Wolman, B.B. (1973). *Dictionary of Behavior Science*. New York : Van Norstand Reinhold Company.
- Wolman, Thomas E. (1973). *Education and Organiztional Leadership in Elementary School*. New Jersey : Engle Wood Cliffs Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการทำวิจัย
เรื่อง
ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง
ของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีความประสงค์จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 รายละเอียดผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีที่ใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่งของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)ต่อไป ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามอย่างเที่ยงตรง และผู้จัดทำขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมาไว้ ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านดังต่อไปนี้

1. ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ
- () เช่าซื้อ () ลีสซิ่ง
2. ประเภทนิติบุคคล
- () บริษัทจำกัด () ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- () ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล () บริษัทมหาชน
3. ประเภทของธุรกิจ
- () เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร
- () เหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน
- () อุตสาหกรรมเบา เช่น เครื่องประดับ สิ่งทอ หนังสือพิมพ์
- () ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง
- () อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า
- () เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก
- () ธุรกิจบริการ และสาธารณูปโภค
- () อื่นๆ โปรดระบุ

4. ขนาดของธุรกิจ

- () ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท
- () ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 5 - 20 ล้านบาท
- () ทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท

5. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

- () ต่ำกว่า 3 ปี
- () 3 - 10 ปี
- () มากกว่า 10 ปี

6. รายได้ของธุรกิจต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
- () 1 - 10 ล้านบาท
- () มากกว่า 10 ล้านบาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่งของ บริษัท สยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อแล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- คะแนน

5

หมายถึง

ท่านมีความพึงพอใจอย่างมาก
- คะแนน

4

หมายถึง

ท่านมีความพึงพอใจ
- คะแนน

3

หมายถึง

ท่านมีความรู้สึกเฉยๆ
- คะแนน

2

หมายถึง

ท่านไม่มีความพึงพอใจ
- คะแนน

1

หมายถึง

ท่านไม่มีความพึงพอใจอย่างมาก

ความพึงพอใจในการใช้บริการลีสซิ่ง/เช่าซื้อ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
	พึงพอใจอย่างมาก	พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจอย่างมาก
ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ					
1. มีอัตราดอกเบี้ยเหมาะสม					
2. มีค่าวงวดที่เหมาะสมในแต่ละงวด					
3. มีระยะเวลาการผ่อนชำระค่าวงวดที่เหมาะสม					
4. มีเงินมัดจำเริ่มแรกที่เหมาะสม					
5. มีการกำหนดวงเงินสินเชื่อที่เหมาะสม					
6. มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ ของผู้เช่าที่เหมาะสม					
7. มีหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ ของผู้ค้ำประกันที่เหมาะสม					
8. เงื่อนไขในการยึดคืนของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม					

ความพึงพอใจในการใช้บริการลีสซิ่ง/เช่าซื้อ	5	4	3	2	1
	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ อย่างมาก
ด้านการให้บริการ					
1. การให้คำแนะนำในการใช้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อบริษัทและลีสซิ่ง					
2. ความชัดเจนในขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ					
3. ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ					
4. มีสาขาครอบคลุมทั่วทุกจังหวัด					
5. การให้ชำระค่างวดโดยหักบัญชีอัตโนมัติ					
6.การอำนวยความสะดวกในการชำระค่างวดที่เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ทุกสาขา					
7. ความเหมาะสมของการเปิดบริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์					
8. ความเหมาะสมของเวลาทำการ 8.00-17.30 น					
9. ความสะดวกในการติดต่อกับผู้บริหาร					
10. การจัดหาทรัพย์สินให้แก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว					
11. ความรวดเร็วในการเข้าไปซ่อมดูแลทรัพย์สินให้กับลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหา					
12. การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของบริการ					
13. บริษัทฯ อำนวยความสะดวกในการจัดหาบริษัทประกันภัย					
14. การให้คำแนะนำในการบริการรูปแบบใหม่ ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ					
15. มีทำเล สถานที่ตั้งของบริษัท ที่เหมาะสม					
16. มีความสะดวกสบายในด้านสถานที่ติดต่อและที่จอดรถ					

ความพึงพอใจในการใช้บริการลีสซิ่ง/ เช่าซื้อ	5	4	3	2	1
	พึงพอใจ อย่างมาก	พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจ อย่างมาก
ด้านภาพลักษณ์					
1. เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง					
2. เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์					
3. มีสาขามากครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ					
4. มีธนาคารไทยพาณิชย์ ให้การสนับสนุน					
5. มีความเชี่ยวชาญในด้านเช่าซื้อและลีสซิ่ง					
6. เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจเช่าซื้อ และลีสซิ่ง					
7. มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดี					
8. มีบุคลากรที่มีความสุภาพเรียบร้อย					
9. มีบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน					
10. มีบุคลากรที่มีความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้น					
11. บุคลากรที่มีความสนใจในการติดตามงาน					
12. มีบุคลากรที่มีความสามารถในการแนะนำเรื่องการปล่อยสินเชื่อ					
13. มีบุคลากรที่มีความตรงต่อเวลาในการนัดหมาย					
14. มีบุคลากรที่มีความแม่นยำในกฎระเบียบของบริษัทฯ					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อ และลีสซิ่ง

1. ท่านได้รับปัญหาอย่างไรบ้างจากการใช้บริการเช่าซื้อและลีสซิ่ง ของบริษัทสยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

1.1.....

1.2.....
2. ท่านมีแนวทางในการแก้ปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการเช่าซื้อและ ลีสซิ่ง ของบริษัทสยามพาณิชย์ ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

2.1.....

2.2.....

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้ทำการศึกษาได้ทำการแบ่งแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและ
ลิขสิทธิ์ของบริษัท สยามพาณิชย์ลิซซิง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
ออกเป็น 3 ตอน โดยสมมุติแบบสอบถามเป็นค่าต่าง ๆ ดังนี้

- ตอน 1 ด้านเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ข้อที่ 1 เป็น A1, A2,....., A8
- ตอน 2 ด้านการให้บริการ ข้อที่ 1 เป็น S1, S2,....., S16
- ตอน 3 ด้านภาพลักษณ์ ข้อที่ 1 เป็น V1, V2, ..., V14
- และทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละตอน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	132.3667	286.7920	0.5674	0.9675
A2	131.7333	283.5126	0.6866	0.9669
A3	131.7000	282.5621	0.7272	0.9666
A4	132.0333	281.6195	0.6999	0.9669
A5	132.1333	276.9471	0.8183	0.9661
A6	132.0000	292.6897	0.5346	0.9675
A7	131.9333	291.2368	0.5948	0..9673
A8	132.4000	288.2483	0.7270	0.9667
S1	131.5000	289.8448	0.6346	0.9671
S2	131.5000	286.8103	0.6628	0.9670
S3	131.8667	276.1885	0.7696	0.9666
S4	131.7000	286.4931	0.6571	0.9670
S5	131.6333	297.4126	0.2867	0.9684
S6	131.4333	289.0816	0.6554	0.9670
S7	131.8667	296.5333	0.3546	0.9681
S8	131.8667	296.5333	0.3546	0.9681
S9	132.1667	288.4885	0.7035	0.9668
S10	131.9000	289.4724	0.5651	0.9674
S11	132.0333	292.7920	0.4825	0.9677
S12	132.0667	292.8230	0.5551	0.9674

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S13	131.6667	290.2989	0.5962	0.9673
S14	131.9667	290.4471	0.6454	0.9671
S15	131.3333	289.5402	0.7369	0.9668
S16	131.3667	288.1713	0.6916	0.9668
V1	131.6667	293.6092	0.5568	0.9675
V2	131.6667	293.6092	0.5568	0.9675
V3	131.4000	285.0759	0.8103	0.9663
V4	131.8000	293.9586	0.5042	0.9676
V5	131.6667	286.0920	0.6813	0.9669
V6	131.8000	286.3724	0.7003	0.9668
V7	131.4667	284.3954	0.7888	0.9663
V8	131.4333	286.8057	0.7686	0.9665
V9	131.5667	280.1161	0.8599	0.9659
V10	131.5667	283.8402	0.7591	0.9665
V11	131.5667	279.4264	0.7583	0.9665
V12	131.8333	279.3851	0.8365	0.9660
V13	131.8333	278.4195	0.8292	0.9661
V14	131.9000	289.4034	0.6859	0.9669

Number of case = 30

Number of Item = 38

Alpha = 0.9678

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ | ประจำภาคบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยวชิราลงกรณ |
| 2. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา | ประจำภาคบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยวชิราลงกรณ |
| 3. อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำ | ประจำภาคบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยวชิราลงกรณ |

ภาคผนวก ง
หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล



ที่ ทม 1012/ ๔ 592

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๘ มีนาคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อการศึกษาวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อและการตลาดสินเชื่อเช่าซื้อ - ลิสซิ่ง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายมีชัย แยมภาค นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่งของบริษัทสยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยมีอาจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย โดยขอให้ผู้ที่มาใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่ง ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเช่าซื้อและลิสซิ่งของบริษัทสยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นายมีชัย แยมภาค ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำการนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นายมีชัย แยมภาค
วันเดือนปีเกิด	25 กุมภาพันธ์ 2514
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	209 ถนนริมทางรถไฟ แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2536 – 2537	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2537 – 2538	ธนาคารไทยทุน จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2538 – 2541	เจ้าหน้าที่สินเชื่อและการตลาดสินเชื่อ บริษัท สยามพาณิชย์สินเชื่อ จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2543 - ปัจจุบัน	Junior Asset Manager GAMMA ASSET MANAGEMENT Co.,Ltd.
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตรและ ทรัพยากร) คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ