

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่จดทะเบียนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 70 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของกิจการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 91.4 มีอายุ 50-59 ปี ร้อยละ 34.3 ระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการค้ารถยนต์มือสอง มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 51.4 ตำแหน่งในกิจการเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 90.0 รูปแบบกิจการคือ เป็นเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 94.3 จำนวนรถยนต์ที่มีขายในร้านต่อเดือน คือ 1-10 คัน ร้อยละ 47.1 กิจการสามารถขายรถต่อเดือน 4-6 คัน ร้อยละ 41.4 เงินทุนในการจดทะเบียนกิจการ 2,000,001 -5,000,000 บาท ร้อยละ 31.4 จำนวนพนักงานในกิจการ ไม่เกิน 2 คน ร้อยละ 77.2

ความถี่ในการใช้บริการบริษัทลิสซิ่งที่ใช้บริการในปัจจุบันโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.03) โดยมีความถี่ในการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ธนาคารกรุงศรี จำกัด (มหาชน) (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมาคือ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) (ค่าเฉลี่ย 2.96) และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ส่วนใหญ่การทราบแหล่งข้อมูลบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ คือ พนักงานบริษัทลิสซิ่งผู้ให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ ร้อยละ 81.4 รองลงมา เจ้าของเต็นท์อื่นที่เคยใช้บริการแนะนำ ร้อยละ 72.9 เหตุผลหลักที่ใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันต่างๆ คือ ธนาคารมีความมั่นคง และภาพลักษณ์ที่ดี ร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ ได้รับอนุมัติสินเชื่อวงเงินตามที่ต้องการ ร้อยละ 22.9

สถานที่ตั้งของกิจการ คือ ตลาดรถยนต์ศรีอนันต์ ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ ตลาดรถยนต์อัยยุทธ ร้อยละ 24.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการ เลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.54) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.53) และให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.47)

สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปภาพรวมส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก

ลำดับที่	ส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยรวม	ปัจจัยย่อย 2 ลำดับแรก
2	ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและขอลดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) 2) สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.27)
5	ด้านราคา	3.54	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอมมิชชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.67) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41)
7	ด้านการจัดจำหน่าย	3.47	1) การให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47)
6	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	1) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) 2) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) สรุปภาพรวมส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก

ลำดับที่	ส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยรวม	ปัจจัยย่อย 2 ลำดับแรก
1	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.41	1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินค้าเช่าซื้อรถยนต์มือสอง เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.76) 2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.56)
3	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.14	1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) 2) การบริการต้องมีความรวดเร็ว และถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.10)
4	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.63	1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการ เลือกผู้ให้บริการสินค้าเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสองจำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน ความสามารถขายรถต่อเดือนของกิจการ รูปแบบของกิจการ ตำแหน่งในกิจการ และจำนวนทุนจดทะเบียน

3.1 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการ เลือกผู้ให้บริการสินค้าเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสอง

ตารางที่ 5.2 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสอง

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสอง	
	ต่ำกว่า 10 ปี N=34	10 ปีขึ้นไป N=36
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	<p>1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.50)</p> <p>2) สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคง ทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.38)</p>	<p>1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตามความ ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.56)</p> <p>2) มีระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อน ชำระตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.25)</p>
ปัจจัยด้านราคา	<p>1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอมมิชชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.82)</p> <p>2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่ เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53)</p>	<p>1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่า คอมมิชชั่น) ในอัตราที่สูงเช่น 8% ของ อัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.53)</p> <p>2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่ เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำ สัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.31)</p>
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	<p>1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญา นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.18)</p> <p>2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47)</p>	<p>1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอก สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17)</p> <p>2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47)</p>
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	<p>1) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม การตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71)</p> <p>2) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.63)</p>	<p>1) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.89)</p> <p>2) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาล สำคัญเช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81)</p>
ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ	<p>1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมี ความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับ การให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือ สองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.76)</p> <p>2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.56)</p>	<p>1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมี ความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการ ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.72)</p> <p>2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.56)</p>

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัย
 ย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการค้ารถยนต์มือสอง

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ระยะเวลาดำเนินการค้ารถยนต์มือสอง	
	ต่ำกว่า 10 ปี N=34	10 ปีขึ้นไป N=36
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	1) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอยเช่น การ เช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) 2) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ การบริการต้องมีความรวดเร็ว และ ถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้า ต้องการเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.24)	1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.36) 2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.17)
ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	1) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอยเช่น การ เช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) 2) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ การบริการต้องมีความรวดเร็ว และ ถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้า ต้องการเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.24)	1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.64) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อน ภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.48)

3.2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามที่จำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน

ตารางที่ 5.3 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตาม จำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด บริการ	จำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน	
	1-10 คัน N=33	11 คันขึ้นไป N=37
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) 2) มีระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการ ผ่อนชำระตรงตามความต้องการ และ สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคง ทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.42)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) 2) สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคง ทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.14)
ปัจจัยด้านราคา	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท, ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.70) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่ เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45)	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.65) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่ เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่า
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญา นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.27) 2) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.52)	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญา นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.43)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	1) มีพนักงานนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) 2) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม การตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.58)	1) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละ เทศกาลสำคัญเช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.95) 2) มีพนักงานนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตาม จำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด บริการ	จำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน	
	1-10 คัน N=33	11 คันขึ้นไป N=37
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.76) 2) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.75) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.73) 2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.38)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) 2) การบริการต้องมีความรวดเร็ว และถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.30) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.35) 2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.16)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.82) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.65) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.65)

สงวนลิขสิทธิ์โดย Chiang Mai University
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการ เลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามความสามารถขายรถของกิจการต่อ
เดือน

ตารางที่ 5.4 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามความสามารถขายรถของกิจการต่อเดือน

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ความสามารถขายรถของกิจการต่อเดือน		
	1-3 วัน N=15	4-6 วัน N=29	7 วันขึ้นไป N=26
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	1) สถาบันมีชื่อเสียง และมี ความมั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.67) 2) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัดไฟแนนซ์ที่ เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.33)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัดไฟแนนซ์ที่ เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) 2) มีระยะเวลาหรือจำนวน งวดในการผ่อนชำระตรง ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.34)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัดไฟแนนซ์ที่ เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) 2) สถาบันมีชื่อเสียง และมี ความมั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.15)
ปัจจัยด้านราคา	1) สถาบันให้ค่านำจัด ไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอม มิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ย ทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.67) 2) มีค่าธรรมเนียมในการ บริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53)	1) สถาบันให้ค่านำจัด ไฟแนนซ์ (ค่าริเบท, ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตรา ที่สูง เช่น 8% ของอัตรา ดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.66) 2) มีค่าธรรมเนียมในการ บริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.31)	1) สถาบันให้ค่านำจัด ไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอม มิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ย ทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.69) 2) มีค่าธรรมเนียมในการ บริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46)
ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย	1) มีการให้บริการสินเชื่อ และทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.27) 2) ท่าเลที่ตั้งใกล้กับสถาน ประกอบกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.67)	1) มีการให้บริการสินเชื่อ และทำสัญญานอก สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.31) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถ ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.66)	1) มีการให้บริการสินเชื่อ และทำสัญญานอก สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.96) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถ ติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามความสามารถขายของกิจการต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด บริการ	ความสามารถขายของกิจการต่อเดือน		
	1-3 คับ N=15	4-6 คับ N=29	7 คับขึ้นไป N=26
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	<p>1) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)</p> <p>2) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.47)</p>	<p>1) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86)</p> <p>2) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.79)</p>	<p>1) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92)</p> <p>2) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.69)</p>
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	<p>1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อบัตรรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และพนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.60)</p> <p>2) พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.27)</p>	<p>1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อบัตรรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.86)</p> <p>2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.72)</p>	<p>1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อบัตรรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.69)</p> <p>2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.37)</p>

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามความสามารถขายของกิจการต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด บริการ	ความสามารถขายของกิจการต่อเดือน		
	1-3 คับ N=15	4-6 คับ N=29	7 คับขึ้นไป N=26
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	<p>1) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.53)</p> <p>2) การบริการต้องมีความรวดเร็ว และถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27)</p>	<p>1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.48)</p> <p>2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.38)</p>	<p>1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.27)</p> <p>2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.08)</p>
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	<p>1) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)</p> <p>2) สถานที่ที่มีการตกแต่งสวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.53)</p>	<p>1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.93)</p> <p>2) ภายในสถาบันมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.66)</p>	<p>1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.88)</p> <p>2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.81)</p>

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง
 เชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามรูปแบบกิจการ
 ตารางที่ 5.5 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจุบัน
 ย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามรูปแบบกิจการ

ส่วนประสม การตลาดบริการ	รูปแบบกิจการ	
	เจ้าของคนเดียว N=66	ห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด N=4
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและขอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตาม ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) 2) สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคง ทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.29)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและขอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตามความ ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) 2) มีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าคู่แข่งด้าน สินเชื่อเช่าซื้อ รถยนต์มือสอง มีระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระตรงตาม ความต้องการ และสถาบันมีชื่อเสียง และ มีความมั่นคงทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)
ปัจจัยด้านราคา	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.67) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.39)	2) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่า คอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูงเช่น 8% ของ อัตราดอกเบี้ยทั้งหมด 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่ เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำ สัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.75)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญา นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.48)	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอก สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) 2) ทำเลที่ตั้งใกล้กับสถานประกอบการและ มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	1) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) 2) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม การตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็น ดั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.76)	1) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาด นัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50) 2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง และ มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 5.5 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามรูปแบบกิจการ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	รูปแบบกิจการ	
	เจ้าของคนเดียว N=66	ห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด N=4
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	<p>1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.74)</p> <p>2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.53)</p>	<p>1) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 5.00)</p> <p>2) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.75)</p>
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	<p>1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.32)</p> <p>2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.30)</p>	<p>1) การบริการต้องมีความรวดเร็วและถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการเป็นต้น และมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.25)</p> <p>2) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.00)</p>
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	<p>1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.80)</p> <p>2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.62)</p>	<p>1) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน และมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)</p> <p>2) สถานที่มีการตกแต่งสวยงามและทันสมัย และภายในสถาบันมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)</p>

3.5 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการ เลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ
ตารางที่ 5.6 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจุบัน
ย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ตำแหน่งในกิจการ	
	เจ้าของกิจการN=63	หุ้นส่วน กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ N=7
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและขอจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) 2) มีสถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.052) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและขอจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการ และ สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงทางการเงิน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) 2) มีระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.29)
ปัจจัยด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบ, ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูงเช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.68) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบ, ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูงเช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด(ค่าเฉลี่ย 3.57) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.43)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.48) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.14) 2) มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีพนักงานนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) 2) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาลสำคัญเช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71) 2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆเกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง และมีพนักงานนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจุบัน
 ย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ตำแหน่งในกิจการ	
	เจ้าของกิจการN=63	หุ้นส่วน กรรมการผู้จัดการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ N=7
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ	1) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.73) 2) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.51)	1) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 5.00) 2) พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.86)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	1) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.33) 2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.30)	1) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) 2) การบริการต้องมีความรวดเร็ว และถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.14)
ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.81) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.62)	1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย สถานที่มีการตกแต่งสวยงามและทันสมัย ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน และภายในสถาบันมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

All rights reserved

3.6 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการ เลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนก

ตามทุนจดทะเบียน

ตารางที่ 5.7 สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ทุนจดทะเบียน			
	1,000,000 - 2,000,000 บาท N=19	2,000,001 -5,000,000 บาท N=22	5,000,0001- 10,000,000 บาท N=12	10,000,000 บาทขึ้นไป N=17
ด้านผลิตภัณฑ์	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอด จัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรง ตามความต้องการ และมีระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระ ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.42) 2)สถาบันมีชื่อเสียง และมีความ มั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.37)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอด จัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรง ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.68) 2) สถาบันมีชื่อเสียง และมีความ มั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.41)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอด จัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรง ตามความต้องการ และสถาบันมี ชื่อเสียง และมีความมั่นคงทางการเงิน เงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50)	1) การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอด จัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรง ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) 2) มีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าคู่แข่งชั้น ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง (ค่าเฉลี่ย 3.88)
ด้านราคา	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่า รีเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.63) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่า ตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37)	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่า รีเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.64) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่า ตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45)	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่า รีเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.58) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่า ตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50)	1) สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่า รีเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด (ค่าเฉลี่ย 3.82) 2) มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่า ตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจุบัน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ทุนจดทะเบียน			
	1,000,000 - 2,000,000 บาท N=19	2,000,001 -5,000,000 บาท N=22	5,000,0001- 10,000,000 บาท N=12	10,000,000 บาทขึ้นไป N=17
ด้านการจัดจำหน่าย	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำ สัญญาออกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.26) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อ ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.53)	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำ สัญญาออกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.36) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อ ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.64)	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำ สัญญาออกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) 2) มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อ ผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)	1) มีการให้บริการสินเชื่อและทำ สัญญาออกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) 2) มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อ ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.35)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึง สถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) 2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่างๆเกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อ รถยนต์มือสอง และมีการจัด กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัด ตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น มี ค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.53)	1) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ ละเทศกาลสำคัญเช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.05) 2) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม การตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86)	1) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึง สถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) 2) มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ ละเทศกาลสำคัญเช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67)	1)มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ ละเทศกาลสำคัญเช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71) 2) มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึง สถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจุบัน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ทุนจดทะเบียน			
	1,000,000 - 2,000,000 บาท N=19	2,000,001 -5,000,000 บาท N=22	5,000,0001- 10,000,000 บาท N=12	10,000,000 บาทขึ้นไป N=17
ด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ	1) พนักงานพร้อมที่จะให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.84) 2) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสาร เกี่ยวกับการให้บริการสินค้าหรือ รถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจ ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.68)	1)พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสาร เกี่ยวกับการให้บริการสินค้าหรือ รถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจ ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.91) 2)พนักงานพร้อมที่จะให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.73)	1)พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสาร เกี่ยวกับการให้บริการสินค้าหรือ รถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจ ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.67) 2)พนักงานพร้อมที่จะให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.42)	1)พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสาร เกี่ยวกับการให้บริการสินค้าหรือ รถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจ ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.65) 2) พนักงานผ่านการอบรมมาเป็น อย่างดี และพนักงานเข้าใจความ ต้องการของลูกค้า และสามารถ ตอบสนองได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.24)
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	1)มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วย อำนวยความสะดวก และลดเวลา การรอคอยเช่น การเช็คประวัติลูกค้า ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.47) 2) การบริการต้องมีความรวดเร็ว และถูกต้องตามเวลาความต้องการ ของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายใน เวลาที่ลูกค้าต้องการเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.37)	1)กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.45) 2) มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วย อำนวยความสะดวก และลดเวลา การรอคอยเช่น การเช็คประวัติลูกค้า ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.41)	1)มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วย อำนวยความสะดวก และลดเวลา การรอคอยเช่น การเช็คประวัติลูกค้า ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) 2) กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.08)	1)กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.35) 2)มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วย อำนวยความสะดวก และลดเวลา การรอคอยเช่น การเช็คประวัติลูกค้า ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ) สรุปส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ส่วนประสม การตลาดบริการ	ทุนจดทะเบียน			
	1,000,000 - 2,000,000 บาท N=19	2,000,001 -5,000,000 บาท N=22	5,000,0001- 10,000,000 บาท N=12	10,000,000 บาทขึ้นไป N=17
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.89) 2) ภายในสถานที่มีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.63)	1)มีความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.95) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่ สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.78)	1)ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่ สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) 2)ภายในสถานที่มีเครื่องมือและ อุปกรณ์สำนักงานทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50)	1) มีความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.82) 2) ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่ สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ สามารถอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสองต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือด้านบุคลากร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนัทธมน อดิภาณุภาพ (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ใช้บริการในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือด้านบุคลากร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ขันแก้วผาบ (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการธุรกิจค้ารถยนต์มือสอง ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อของบริษัทยุทิสซิ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือด้านบุคคล อันเนื่องมาจากผู้ศึกษาข้างต้นพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อด้านบุคคล ในการบริการเพื่อติดต่อสื่อสาร และการให้บริการลูกค้าของกิจการ โดยให้ความสำคัญมากในปัจจัยย่อย ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรพรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือด้านกระบวนการให้บริการ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องมาจากลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการที่จำหน่ายรถยนต์มือสองที่จึงให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรผู้ให้บริการมากกว่า แต่การศึกษาของอรพรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553)เป็นการศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์มือสองจึงทำให้ความต้องการต่อด้านกระบวนการให้บริการมากกว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ขันแก้วผาบ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การอนุมัติวงเงินสินเชื่อหรือยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการ แต่ไม่สอดคล้องกับ

ผลการศึกษาของอรวรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือผ่อนหมดสามารถให้ออนทะเบียนได้ทันที และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานันทมน องคานุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระตรงตามความต้องการ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องมาจากความต้องการที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ประกอบการต้องการในเรื่องของการอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการมากกว่าเรื่องของระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระตรงตามความต้องการ หรือการใช้ผู้ค้ำประกัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบท,ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือธนาคารให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ มีอัตราค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆที่เหมาะสม เช่น ค่าโอนรถ

แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรวรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานันทมน องคานุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือจำนวนเงินค่างวดที่ต้องชำระ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ชันแก้วผาบ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องด้วยที่ใช้ในการศึกษาต่างกันความต้องการจึงแตกต่างกัน โดยการศึกษาของผู้ประกอบการมือสองต้องการในเรื่องธนาคารให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ มีอัตราค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆที่เหมาะสม เช่น ค่าโอนรถมากกว่าจำนวนเงินค่างวดที่ต้องชำระหรืออัตราเบี้ยในการผ่อนชำระ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการให้บริการสินเชื่อนอกสถานที่ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรวรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานันทมน องคานุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือสามารถชำระเงินผ่านธนาคาร และไม่

สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ชั้นแก้วผาบ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือทำเลที่ตั้งของบริษัทใกล้กับสถานประกอบการ ไป-มา สะดวก ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องด้วยอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่างกันความต้องการจึงแตกต่างกัน โดยการศึกษาที่ผู้ประกอบการรื้อมือสองให้ความสำคัญกับเรื่องมีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญาออกสถานที่เพื่อความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่าการชำระเงินผ่านธนาคาร หรือทำเลที่ตั้งของบริษัทใกล้กับสถานประกอบการ ไป-มา สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การมีพนักงานจอร์จนาคารไปแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัทธมน อนุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือมีส่วนลดหากปิดบัญชีก่อนกำหนด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ชั้นแก้วผาบ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือบริษัทให้ค่าจัดไฟแนนซ์ /ค่าริเบสแก่ลูกค้าในอัตราที่สูง ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องด้วยอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่างกันความต้องการจึงแตกต่างกัน โดยการศึกษาที่ผู้ประกอบการรื้อมือสองให้ความสำคัญในเรื่องมีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ เพื่อที่จะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากกว่า

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนัทธมน อนุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานมีความสามารถในการอธิบายให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ และพนักงานสามารถประเมินราคาได้อย่างรวดเร็ว แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ การมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ชั้นแก้วผาบ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรก

คือ พนักงานสินเชื่อมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องด้วยที่ใช้ในการศึกษาต่างกันความต้องการจึงแตกต่างกัน โดยการศึกษาที่ผู้ประกอบการรดมมือสองให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่อที่จะสามารถให้บริการลูกค้ามากกว่าการที่พนักงานมีความสามารถในการอธิบายให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ และพนักงานสามารถประเมินราคาได้อย่างรวดเร็ว หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และพนักงานสินเชื่อมีความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือกระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรวรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ซับซ้อน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการด้านสินเชื่อ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัทธมน อดิภาณุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวชิราภรณ์ ชันแก้วผาบ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือการให้บริการที่รวดเร็ว ทันเวลาและตรงตามความต้องการ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องด้วยที่ใช้ในการศึกษาต่างกันความต้องการจึงแตกต่างกัน โดยการศึกษาที่ผู้ประกอบการรดมมือสองให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์ เพื่อที่จะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ดีมากกว่าความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการด้านสินเชื่อ หรือความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณะ แสนวาสน์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือสถานที่สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรวรรณ สุทธิศักดิ์ศรี (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร และ

ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักทมน อองคานุภาพ (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักทมน อองคานุภาพ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องด้วยตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต่างกันความต้องการจึงแตกต่างกัน โดยการศึกษาของผู้ประกอบการมือสองให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย มากกว่าความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กรหรือมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการค้ารถยนต์มือสองมากกว่า 10 ปี โดยตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ และรูปแบบกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว
2. กิจการมีจำนวนรถยนต์ที่มียขายในร้านต่อเดือน ตั้งแต่ 1-10 คัน จนถึง 21 คันขึ้นไป โดยกิจการสามารถขายรถได้เดือนละ 4-6 คัน โดยกิจการมีเงินลงทุนตั้งแต่ 1,000,000 บาทจนถึง 10,000,000 บาทขึ้นไป
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการบริษัทลิสซิ่งที่ใช้บริการในปัจจุบัน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยมีความถี่ในการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ธนาคารกรุงศรี จำกัด (มหาชน) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) และธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)
4. ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จากพนักงานบริษัทลิสซิ่งผู้ให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ รองลงมาจากเจ้าของเต็นท์อื่นที่เคยใช้บริการแนะนำ
5. ส่วนใหญ่เหตุผลหลักที่ใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันต่างๆ เพราะธนาคารมีความมั่นคงและภาพลักษณ์ที่ดี รองลงมาได้รับอนุมัติสินเชื่อเงินตามที่ต้องการ
6. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นด้านการจัดจำหน่าย ที่ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง
7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเกือบทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ ที่ให้ระดับที่มีผลมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามความสามารถขายรถของกิจการต่อเดือน กิจการที่ขายรถได้ 4-6 คัน และ 7 คันขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่องการอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ ส่วนกิจการที่ขายรถได้ 1-3 คัน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่องสถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงทางการเงิน

เมื่อจำแนกตามจำนวนทุนจดทะเบียนของกิจการ พบว่า กิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด แต่กิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 5,000,0001 – 10,000,000 บาท ยังให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง สถาบันมีชื่อเสียงและมีความมั่นคงทางการเงินอีกด้วย

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่ ทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก ส่วนกิจการที่อยู่ในรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด เรื่องการอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในกิจการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่ทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก ส่วนตำแหน่งกิจการในรูปแบบเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด เรื่อง การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการ

8. ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก คือสถาบันให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบต, ค่าคอมมิสชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสอง พบว่ากลุ่มระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสองต่ำกว่า 10 ปี ให้ระดับที่มีผลมากกับปัจจัยย่อยเรื่อง มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ

เมื่อจำแนกตามความสามารถในการขายรถ พบว่ากิจการที่สามารถขายรถได้ 1-3 คัน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากในเรื่อง มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ

เมื่อจำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ พบว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินทุนในการจดทะเบียน 5,000,001 – 10,000,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมากกับปัจจัยย่อยเรื่อง มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ

เมื่อจำแนกตามรูปแบบของกิจการ พบว่ากลุ่มรูปแบบของกิจการที่อยู่ในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัด และ บริษัทจำกัด ให้ระดับที่มีผลมากกับปัจจัยย่อยเรื่อง มีค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าโอน ค่าตรวจสอบ ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่น ๆ

9. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่ ที่ให้ระดับที่มีผลในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามจำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน พบว่ากลุ่มที่มีรถขายในร้านต่อเดือน 1-10 คัน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากกับปัจจัยย่อยเรื่อง มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก

เมื่อจำแนกตามความสามารถในการขายรถของกิจการ พบว่ากิจการที่สามารถขายรถ 1-3 คัน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากกับปัจจัยย่อยเรื่อง ทำเลที่ตั้งใกล้กับสถานประกอบการ และกิจการที่สามารถขายรถ 4-6 คัน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากกับปัจจัยย่อยเรื่อง มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก

เมื่อจำแนกตามรูปแบบกิจการ พบว่ารูปแบบกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อย ในระดับมาก เรื่อง ทำเลที่ตั้งใกล้กับสถานประกอบการ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในกิจการ พบว่า ตำแหน่งในกิจการรูปแบบ หุ้นส่วน กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

เมื่อจำแนกตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ พบว่า เงินจดทะเบียน 1,000,000 – 2,000,000 บาท ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่เรื่อง มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก และ เงินจดทะเบียน 2,000,001 – 5,000,000 บาท ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่เรื่อง มีสาขาหลายแห่งสามารถติดต่อได้สะดวก และมีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ และ เงินจดทะเบียน 5,000,001 – 10,000,000 บาท ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่เรื่อง มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

10. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากในเรื่อง มีพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ ประกอบการมีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น

เมื่อจำแนกตามความสามารถในการขายของกิจการ พบว่า กิจการที่สามารถขาย 4-6 คันต่อเดือน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง

เมื่อจำแนกตามจำนวนเงินทุนในการจดทะเบียนของกิจการ พบว่า กิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 1,000,000 – 2,000,000 บาท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่อง โฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง และกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน

2,000,001 – 5,000,000 บาท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่องโฆษณา และ เรื่องมีการส่งเสริมการขายโดยให้ค่านำจัดพิเศษ เช่น ท่องเที่ยว แจกทอง ลุ้นรางวัล เป็นต้น

11. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานมีความรู้ความชำนาญ และ มีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และพนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา ที่ให้ระดับที่มีผลมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามจำนวนรถที่ขายในร้านต่อเดือน พบว่ากลุ่มที่กิจการมีรถขายในร้านจำนวน 1-10 คัน ต่อเดือน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมากที่สุด เรื่องพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา

เมื่อจำแนกตามความสามารถในการขายของกิจการต่อเดือน พบว่า กิจการที่สามารถขายได้ 4-6 คันต่อเดือน ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมากที่สุด เรื่องพนักงานผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี และ เรื่องพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา

เมื่อจำแนกตามรูปแบบของกิจการ พบว่า กิจการที่มีรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัท จำกัด ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับที่มากที่สุด ได้แก่เรื่อง เรื่องพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา และ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเองต่อผู้รับบริการ

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในกิจการ พบว่า หุ้นส่วน กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับที่มากที่สุด ได้แก่เรื่อง เรื่องพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา

เมื่อจำแนกตามจำนวนทุนจดทะเบียนของกิจการ พบว่า กิจการที่มีเงินทุนในการจดทะเบียน 2,000,001 – 5,000,000 ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับที่มากที่สุด ได้แก่ เรื่อง พนักงานผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี และ เรื่องพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา

12. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามความสามารถในการขายรถของกิจการ พบว่า กิจการที่มีความสามารถขายได้ 1-3 คันต่อเดือน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดในเรื่องมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์

13. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามความสามารถในการขายรถของกิจการ พบว่า กิจการที่มีความสามารถขายได้ 1-3 คันต่อเดือน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากในเรื่อง ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน ส่วนกิจการที่มีความสามารถขายได้ 4-6 คันต่อเดือน และ 7 คันขึ้นไปต่อเดือน ให้ระดับที่มีผลในระดับมากในเรื่อง มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย

เมื่อจำแนกตามรูปแบบของกิจการ พบว่า กิจการที่มีรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด ให้ระดับที่มีผลในปัจจัยย่อยระดับมาก เรื่อง ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน

เมื่อจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ พบว่า กิจการที่มีเงินทุนในการจดทะเบียน 5,000,001 – 10,000,000 บาท ให้ระดับที่มีผลในปัจจัยย่อยระดับมาก เรื่อง ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน

14. สำหรับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 สรุปค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
พนักงานมีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อบริการที่มีสองมือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.74	มากที่สุด	บุคลากรผู้ให้บริการ	1
พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา	4.56	มากที่สุด	บุคลากรผู้ให้บริการ	2
การอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการ	4.53	มากที่สุด	ผลิตภัณฑ์	3
พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ทันเวลา	4.44	มาก	บุคลากรผู้ให้บริการ	4
พนักงานผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี	4.37	มาก	บุคลากรผู้ให้บริการ	5
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นกันเองต่อผู้รับบริการ	4.31	มาก	บุคลากรผู้ให้บริการ	6
กระบวนการทำสัญญาไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.30	มาก	กระบวนการให้บริการ	7

ตารางที่ 5.8 (ต่อ) สรุปค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ สูงสุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก และลดเวลาการรอคอยเช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์	4.30	มาก	กระบวนการให้บริการ	7
สถาบันมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงทางการเงิน	4.27	มาก	ผลิตภัณฑ์	8
มีระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระตรงตามความต้องการ	4.19	มาก	ผลิตภัณฑ์	9
มีการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่	4.17	มาก	การจัดจำหน่าย	10

จากตารางที่ 5.8 พบว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย

5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ควรพิจารณาการอนุมัติวงเงินสินเชื่อและยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยพิจารณาถึงระยะเวลาหรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และมีเงื่อนไขพิเศษให้กับลูกค้าที่ใช้บริการแตกต่างกัน เช่น ลูกค้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ควรมีอัตราดอกเบี้ยพิเศษ สำหรับอาชีพนี้ นอกจากนั้นควรให้จัดมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า คู่แข่งขันด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง ส่วนกลุ่มกิจการที่ขายรถได้ 1-3 คัน บริษัทลิสซึ่งควรให้ความสำคัญแก่การสร้างภาพลักษณ์ และสื่อถึงผู้ประกอบการให้เกิดความเชื่อมั่นในบริษัทลิสซึ่ง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ควรให้ความสำคัญในการให้ค่านำจัดไฟแนนซ์ (ค่าริเบต, ค่าคอมมิชชั่น) ในอัตราที่สูง เช่น 8% ของอัตราดอกเบี้ยทั้งหมด ส่วนกลุ่มที่มี

ระยะเวลาดำเนินกิจการค้ารถยนต์มือสองต่ำกว่า 10 ปี บริษัทลิสซิ่งควร ลดค่าดำเนินการต่าง ๆ ให้เหมาะสม เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมการทำสัญญา ฟรีค่าตรวจสอบ เป็นต้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการสินเชื่อและทำสัญญานอกสถานที่ โดยจัดพนักงานออกไปให้บริการถึงสถานที่ประกอบการของลูกค้า ส่วนกลุ่ม กิจการที่สามารถขาย 4-6 คันต่อเดือนบริษัทลิสซิ่งควร มีการโฆษณาตามสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นเกี่ยวกับกิจกรรมการเช่าซื้อเพื่อ ผู้ประกอบการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในระดับมาก ในเรื่องจัดพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ มีการมอบของขวัญสมนาคุณแต่ละเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น และมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง เป็นต้น ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ควรให้ความสำคัญกับการจัดพนักงานแนะนำการให้บริการถึงสถานที่ประกอบการ นอกจากนี้ควรมีการมอบของขวัญของสมนาคุณแก่สถานประกอบการรถยนต์มือสองในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ และควรจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสองให้แก่ผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง เช่น การจัดตลาดนัดรถยนต์มือสอง ส่วนกลุ่มที่กิจการมีรถขายในร้านจำนวน 1-10 คัน ต่อเดือนบริษัทลิสซิ่งควรจัดการระบบการให้บริการพนักงานให้พร้อมบริการตลอดเวลา หรือ เปิดระบบบริการ Call Center เพื่อบริการเบื้องต้นให้แก่ลูกค้าให้ทันเวลา

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง พนักงานมีความรู้ความชำนาญ และมีความสามารถในการสื่อสารเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และพนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง ควรจัดพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญและมีความสามารถในการจัดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองไปให้บริการลูกค้าถึงสถานที่ประกอบการของลูกค้า นอกจากนี้ควรมีการจัดอบรมพนักงานผู้ให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองอย่างสม่ำเสมอทั้งในเรื่องทักษะการให้บริการ ความรับผิดชอบในการทำงาน การทำงานให้ตรงเวลา การพัฒนาบุคลิกภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง ควรพัฒนาขั้นตอนกระบวนการทำสัญญาไม่ให้ยุ่งยากซับซ้อน และมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก เพื่อลดเวลาการรอคอย เช่น การเช็คประวัติลูกค้าออนไลน์

การบริการต้องมีความรวดเร็ว และถูกต้องตามเวลาความต้องการของลูกค้า เช่น มีการอนุมัติภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น นอกจากนี้การทำงานของพนักงานควรเป็นระบบภายใต้มาตรฐาน และถูกต้องอยู่ตลอดเวลา และมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอยู่ตลอดเวลา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตมือสอง ควรให้ความสำคัญกับความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย ป้ายสัญลักษณ์และการใช้สีที่สะท้อนภาพลักษณ์ของสถาบัน โดยภายในสถาบันมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานทันสมัย มาให้บริการแก่ลูกค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved