

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ และ ปัญหาของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์จำนวน 300 คน จากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพเกษตรกร/หัตถกรรม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ 15,001 – 20,000 บาท จำนวนรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน 1 คัน จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 คัน วัตถุประสงค์ของการซื้อรถจักรยานยนต์ กับห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อใช้ส่วนตัว ระยะเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 36 งวด การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ เคย สถาบันการเงินอื่นที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ นอกจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ บริษัท นิยมพานิช จำกัด แหล่งข้อมูลในการรู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ครอบครัวหรือญาติแนะนำ บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อรถจักรยานยนต์ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ตนเอง สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ ความ

คิดเห็นในการกลับมาให้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ มาใช้  
บริการแน่นอน ความคิดเห็นของการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็ก  
พาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ แนะนำแน่นอน

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็ก  
พาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ  
ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ  
ทางกายภาพ**

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของ  
ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่  
ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการ  
ส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านการสร้างและ  
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน  
ระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านมีชื่อเสียงมานาน และ  
มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์ และ มีรถจักรยานยนต์ที่มีตรา  
ยี่ห้อเป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ  
มาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม  
เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ รองลงมาคือ สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้ และ อัตรา  
ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ (ค่าโอนรถจักรยานยนต์ ค่าทำพ.ร.บ. ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม  
อื่นๆ) มีความเหมาะสม ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ  
โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือทำเลที่  
ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ รองลงมาคือ ระยะเวลาเปิด-ปิดการ

ให้บริการ ตั้งแต่ 8.30 – 17.00 ของร้านเหมาะสม และมีที่จอดรถเพียงพอ สะดวก ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น รองลงมาคือ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน เป็นต้น และ มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องราคาถูก พิเศษสำหรับลูกค้า แจกทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนด้อยโอกาส เป็นต้น ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ พนักงานรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าโดยการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดที่พึงรักษาไว้ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อ มีความเหมาะสม ไม่มากจนเกินไป รองลงมาคือ ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ และ มีความรวดเร็วในการคำนวณอัตราดอกเบี้ย และ ค่างวด ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภายในอาคารและบริเวณรับบริการตกแต่งด้วยสีเย็นตา ให้ความรู้สึกที่สดชื่นในการมารับบริการ รองลงมาคือ ภายในตัวอาคาร หรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ และ พนักงานของร้านแต่งกายสุภาพเหมาะสม และ ใส่ชุดฟอร์มของร้าน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ส่งพนักงานร้าน ไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น และ ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า ตามลำดับ

#### **ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและปัญหา จำแนกตาม จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ที่มีจำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ เป็นคนแรก เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี อาชีพ เกษตรกร/หัตถกรรม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ 15,001 – 20,000 บาท ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่น นอกเหนือจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ จะกลับมาใช้บริการ และแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างแน่นอน และปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ที่มีจำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ เป็นคนแรก คือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ที่มีจำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ 2 คน ขึ้นไป เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี อาชีพ เกษตรกร/หัตถกรรม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ 15,001 – 20,000 บาท ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่น นอกเหนือจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ จะกลับมาใช้บริการ และแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม อย่างแน่นอน และปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ที่มีจำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ เป็นคนแรก คือ ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่าระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

**ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยด้าน ความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์คุณภาพของรถจักรยานยนต์ ความสวยงามของสีคันและลวดลายของรถจักรยานยนต์ที่ทางร้านมีให้เลือก มีการดูแลรถจักรยานยนต์หลังการขายของทางร้าน ร้านจัดส่งรถจักรยานยนต์ถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้ มีการอธิบายรายละเอียดและวิธีดูแลรักษา รถจักรยานยนต์ มีรถจักรยานยนต์ที่มีตราฮีโร่เป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย ความเพียงพอของจำนวนรถจักรยานยนต์แต่ละรุ่น ร้านมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ และการอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ

การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถในการหารถจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้าน เช่น แบบหรือลายของรถจักรยานยนต์ที่หาได้ยาก เป็นต้น และมีรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ

**ปัจจัยด้านราคา** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านราคา โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยทุกด้าน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยทุกด้าน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยทุกด้าน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานสินเชื่อมีความพร้อมที่จะให้ บริการตลอดเวลา พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า พนักงานสินเชื่อมีความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานสินเชื่อมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ พนักงานรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าโดยการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดที่พึงรักษาไว้ พนักงานรักษาความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และความตรงต่อเวลาในการบริการของพนักงาน

การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากร แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ความสามารถในสิ่งที่ให้บริการ

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้ำเก่าและลูกค้ำใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยทุกด้าน

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ลูกค้ำเก่าและลูกค้ำใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ในปัจจัยย่อยทุกด้าน

## 5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท อินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับ

ผลการศึกษาของ นันทรุต จันทรภัทร (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ต่อส่วนประสมการตลาดของ บริษัทโตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ร้านมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการบริการต่อการอนุมัติจำนวนเงินให้กู้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาริรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความพึงพอใจในรุ่นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทรุต จันทรภัทร (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่ได้รับ มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่นๆ

**ปัจจัยด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนด และการมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาริรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านราคาตรงตามที่โฆษณา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านจำนวนค่างวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทรุต จันทรภัทร (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีส่วนลดเหมาะสมในกรณีที่มีการปิดบัญชีก่อนกำหนด เช่น เมื่อต้องการปิดบัญชีหลังผ่อนชำระครบ 24 เดือน ลดอัตราดอกเบี้ยถึงร้อยละ 40



**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้ง บริษัทใกล้เคียงที่พัก หรือที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของร้านหาง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านธนาคารตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทฤต จันทฤทธิ์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีการแจกของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ของบริษัทและการประชาสัมพันธ์ถึงรูปแบบการให้บริการของบริษัท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมูลค่าและความเหมาะสมของสมนาคุณที่ได้รับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านพนักงานออกไปติดต่อแนะนำการให้บริการแก่ลูกค้า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทฤต จันทฤทธิ์ (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานดินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการบริการด้วยน้ำใจและความเอื้อเฟื้อ ความเสมอภาคในการให้บริการ ความมี

อรรถาศัย การเอาใจใส่และติดตามลูกค้า การให้บริการต่อสอบถามทางโทรศัพท์ บุคลิกภาพทั่วไปและความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการทักทาย การต้อนรับและความสุภาพของพนักงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทรุต จันทรภัทร (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความตรงต่อเวลาในการบริการของพนักงาน

**ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อ มีความเหมาะสม ไม่มากจนเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า ช่วงเวลาในการให้บริการของบริษัท ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และมีขั้นตอนในการบริการที่ทำให้ผู้รับบริการใช้บริการได้สะดวกสบายๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการรักษาความลับของลูกค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทรุต จันทรภัทร (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านระเบียบ ขั้นตอนการทำสัญญาสะดวก ไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่น

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ภายในอาคารและบริเวณรับบริการ ตกแต่งด้วยสีเขียวตา ให้ความรู้สึที่ดีสดชื่นในการมารับบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการมีที่นั่งพักคอยระหว่างการใช้บริการ และความเหมาะสมของการแต่งกายของพนักงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2549) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการที่เจ้าของ

ร้านให้บริการด้วยตนเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ ปรีชาชาญ (2550) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านภายในธนาคารมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทรุต จันทรภัทร (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านภายในตัวอาคารหรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ มีข้อค้นพบดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

2. จากผลการเปรียบเทียบปัจจัยย่อยที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง กับ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ข้อเสนอแนะและปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับน้อยดังตารางที่ 5.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงค่าการเปรียบเทียบปัจจัยย่อยที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางกับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ข้อเสนอแนะและปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับน้อยของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999)

ปัจจัยหลักที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง	ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม	ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัจจัยย่อยที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ	-	มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ ของร้าน	ควรจัดทำเว็บไซต์หรือ Facebook ของสาขาอย่างเป็นทางการเพื่อให้พนักงานสามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดการให้บริการแต่ละประเภทของร้าน
	ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า	ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ	พนักงานสินเชื่อมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ
ด้านกระบวนการให้บริการ	ไม่มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน-หลัง	ควรเพิ่มช่องบริการหน้าเคาน์เตอร์รับชำระเงิน	มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน-หลัง
ด้านการสร้างและการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ	ไม่มีที่ให้นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	ควรจัดห้องรับรองลูกค้าขอสินเชื่ออย่างเป็นกิจจะลักษณะ	มีที่ให้นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

**ข้อค้นพบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่การไม่สามารถชำระค่าส่งผ่านช่องทางอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในหัวข้อ “มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย” ซึ่งอยู่ในระดับ ความพึงพอใจน้อย

**ข้อค้นพบด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่างๆของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในหัวข้อ “มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดการให้บริการแต่ละประเภทของร้าน” ซึ่งอยู่ในระดับ ความพึงพอใจน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาเห็นว่าทางหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ควรจัดทำเว็บไซต์หรือ Facebook ของสาขาอย่างเป็นทางการเพื่อให้พนักงานสามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในหัวข้อ “ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า” สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในหัวข้อ “พนักงานสินเชื่อมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ” ซึ่งอยู่ในระดับ “ความพึงพอใจน้อย” โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาเห็นว่า ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ

**ข้อค้นพบด้านกระบวนการให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ ไม่มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน- หลัง ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในหัวข้อ “มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน- หลัง” ซึ่งอยู่ในระดับ ความพึงพอใจน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาเห็นว่า ควรเพิ่มช่องบริการหน้าเคาน์เตอร์รับชำระ

ข้อค้นพบด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ ไม่มีที่ให้นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตช่วยด้านการสร้างและการนำเสนอภาพลักษณะทางกายภาพ ในหัวข้อ “มีที่ให้นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ” ที่อยู่ในระดับ ความพึงพอใจน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหานี้ว่า ควรจัดห้องรับรองลูกค้าขอสินเชื่ออย่างเป็นทางการ

3. จากการศึกษาพบว่า บัณฑิตช่วยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ “ความพึงพอใจในระดับมาก” ซึ่งจัดเป็นจุดแข็งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ดังตารางที่ 5.2 และบัณฑิตช่วยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ “ความพึงพอใจในระดับน้อย” ซึ่งจัดเป็นจุดอ่อนของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ (ตารางที่ 5.3)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	ด้านราคา	4.69	มากที่สุด
2	ร้านมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.62	มากที่สุด
3	มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น	ด้านส่งเสริมการตลาด	4.57	มากที่สุด
4	ทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.56	มากที่สุด
5	ความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์	ด้านผลิตภัณฑ์	4.55	มากที่สุด
6	พนักงานสินเชื่อบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	ด้านบุคลากร	4.54	มากที่สุด
7	มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน เป็นต้น	ด้านส่งเสริมการตลาด	4.52	มากที่สุด
8	ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ ตั้งแต่ 8.30 – 17.00 ของร้านเหมาะสม	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.49	มาก
9	สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้	ด้านราคา	4.38	มาก
10	พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	ด้านบุคลากร	4.26	มาก

ตารางที่ 5.3 แสดงลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	พนักงานสินเชื่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	ด้านบุคลากร	1.99	น้อย
2	มีการแจกของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.04	น้อย
3	มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน-หลัง	ด้านกระบวนการให้บริการ	2.16	น้อย
4	มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.17	น้อย
5	มีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย เช่น ชำระเงินที่เคาน์เตอร์ร้าน, ส่งพนักงานไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.19	น้อย
6	มีส่วนลดเหมาะสมในกรณีที่มีการปิดบัญชีก่อนกำหนดของสัญญา	ด้านราคา	2.20	น้อย
7	ความตรงต่อเวลาในการบริการของพนักงาน	ด้านบุคลากร	2.21	น้อย
8	มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดการให้บริการแต่ละประเภทของร้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.28	น้อย



4. การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการอีก พบว่า ร้อยละ 57.33 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จะบอกต่อ และร้อยละ 63 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งจากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การเป็นลูกค้าเก่า ร้อยละ 36.67 และ อีกร้อยละ 35 เกิดจากครอบครัวหรือญาติแนะนำ

5. จากการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรถจักรยานยนต์กับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามจากการทดสอบพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าใหม่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าเก่า ในปัจจัยย่อยด้าน “ความสามารถในการจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้าน (แบบหรือลายของรถจักรยานยนต์ที่หาได้ยาก)” และ “มีรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ” และ ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าเก่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าใหม่ ในด้าน “พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ”

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าทางร้านมีจุดแข็งในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาส่งเกตได้จากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ “อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่นๆ” และ “ร้านมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ”

ดังนั้นเพื่อเป็นการเสริมจุดแข็งให้แก่กิจการและแก้ไขจุดอ่อนในปัจจัยแต่ละด้าน ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ดังต่อไปนี้

### ข้อเสนอแนะเพื่อการเสริมจุดแข็ง

ร้านมีจุดแข็งในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์และราคา เนื่องจากพบว่าค่าเฉลี่ย “ความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก” แต่อย่างไรก็ตามมีบางประเด็นย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางที่ควรทำการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นได้แก่

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. บริหารระบบคลังสินค้าโดยอาศัยหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Partner) หรือร้านรถจักรยานยนต์ในเครือ หากลูกค้าต้องการรถจักรยานยนต์ในรุ่นเดียวกันมากกว่า 1 คัน หรือสีอื่นที่ทางร้านคู่แข่งไม่มีในสต็อก เพื่อที่จะสามารถสั่งซื้อสต็อกของรถจักรยานยนต์ในรุ่น หรือสีดังกล่าวมาจากร้านรถจักรยานยนต์ในเครือ ให้ลูกค้าเพิ่มแทนได้
2. ปรับปรุงร้านโดยนำรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ หรือรุ่นที่มีตามโฆษณาวางจำหน่ายมากยิ่งขึ้น โดยผู้บริหารจึงต้องคอยติดตามโฆษณา ข่าวสาร นวัตกรรมใหม่ๆ เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ และนำมาจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตามต้องการโดยไม่จำเป็นต้องหันไปใช้บริการของผู้ค้ารายใหญ่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
3. จัดทำบัตรตรวจเช็คสภาพรถฟรีให้แก่ลูกค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้ารับการตรวจเช็คสภาพตามระยะ

#### ปัจจัยด้านราคา

1. ให้ความสำคัญในการให้ส่วนลดมากขึ้น ในกรณีที่มีการปิดบัญชีก่อนกำหนดของสัญญา และควรมีการชี้แจงให้ลูกค้าทราบให้ชัดเจนแต่ตั้งเริ่มต้น ถึงเงื่อนไขของการปิดบัญชีก่อนกำหนดของสัญญา
2. ควรกำหนดระยะเวลาการผ่อนชำระและอัตราดอกเบี้ยให้มีความหลากหลาย และกำหนดอัตราที่จูงใจให้เหมาะสมกับลูกค้า แต่ละรายให้มากที่สุด เช่น กรณีลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกร อาจเสนอทางเลือกในการผ่อนชำระ 6 เดือนต่องวดหรือตามระยะเวลาออกผลผลิต เป็นต้น รวมถึงอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่างๆ เช่น ค่าโอนรถ ค่าจดทะเบียน และค่าธรรมเนียมอื่นๆ ควรปรับให้มีความเหมาะสมด้วย
3. กรณีที่มีการผัดผ่อนชำระค่าวงจรรายเดือน อัตราค่าปรับควรได้รับการพิจารณาตามเงื่อนไขอย่างสมเหตุสมผล และยืดหยุ่นได้ตามการไต่ตรองของร้าน

## ข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ไขจุดอ่อน

จุดอ่อนซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ได้รับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางลงมา มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงดังนี้

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ให้ความสำคัญเรื่อง การเพิ่มช่องทางในการชำระเงินให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น และสามารถชำระได้ทั้งค่าเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ และค่าประกันภัย เช่น ช่องทางการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ เพิ่ม เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ หรือ เครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ การชำระผ่านบริการ Counter Service ต่างๆ เป็นต้น
2. เพิ่มความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ โดยเน้นให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อพนักงานได้โดยตรง ลดขั้นตอนของการใช้ระบบรับสายอัตโนมัติ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่สำนักงานรับผิดชอบในการชี้แจงรายละเอียดผลิตภัณฑ์รถจักรยานยนต์ของร้าน ซึ่งจะช่วยให้การประสานงานของร้านง่ายขึ้น และมีการติดตามความคืบหน้าของผู้ใช้บริการเสมอ อีกทั้งยังควรเปิดช่องทางการซักถามและขอข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทหรือการส่งอีเมลล์ เพื่อเพิ่มความสะดวกและขยายฐานผู้ใช้บริการออกไปให้กว้างขึ้น

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. กำหนดให้พนักงานออกไปพบปะและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ของร้านให้แก่ลูกค้า หรือจัดอีเวนต์ (Event) ตามแหล่งชุมชน เช่น ตลาดนัด งานวัด เป็นต้น เพื่อเป็นการดูแลลูกค้าหลังการขาย
2. ปรับปรุงเว็บไซต์และข้อมูลภายในเว็บไซต์ให้มีข้อมูลที่ตรงกับรถจักรยานยนต์รุ่นล่าสุดของทางร้านด้วย (ภาพที่ 5.1)
3. จัดทำแผ่นพับรายละเอียดของร้านเพิ่มเนื่องจาก มีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ถึงร้อยละ 10 ที่รู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จากสื่อโฆษณาต่างๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ที่รู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จากครอบครัวหรือญาติแนะนำและเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ

4. ทำโปรโมชั่นกับกลุ่มลูกค้าเดิมที่มาใช้บริการที่ร้าน เกี่ยวกับการแนะนำให้มีลูกค้าใหม่มาใช้บริการ เพื่อมอบของสมนาคุณหรือส่วนลดพิเศษตามจำนวนลูกค้ารายใหม่ที่ลูกค้าเดิมแนะนำ เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์แนะนำเพื่อน ญาติและคนรู้จักมาซื้อสินค้าที่ร้านเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการแนะนำร้านแบบปากต่อปากเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดในด้านการส่งเสริมการตลาด



ภาพที่ 5.1 เว็บไซต์ปัจจุบันของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 5.2 แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (อ้างอิงจาก: www.aphonda.co.th/)

## ปัจจัยด้านบุคลากร

### บุคลากรด้านสินเชื่อ

1. พิจารณาเพิ่มจำนวนพนักงานในบางตำแหน่งให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างตรงต่อเวลามากขึ้น

จากการสอบถามทางร้านเพิ่มเติมพบว่า ปัจจุบันพนักงานสินเชื่อซึ่งปัจจุบันมีเพียง 3 คน รับผิดชอบในการออกตรวจสอบคนละประมาณ 30 รายต่อเดือน นอกจากนั้นยังต้องทำหน้าที่ในการติดตามลูกค้าและส่งมอบรถ ซึ่งทำให้ปฏิบัติงานไม่ได้เต็มที่ ประสิทธิภาพ ดังนั้นข้อเสนอแนะสำหรับทางร้านคือ

ทางเลือกที่หนึ่ง ทางร้านอาจจะทำการวิเคราะห์งาน และพิจารณาจำนวนพนักงานที่เหมาะสมกับงาน แล้วเพิ่มพนักงานสินเชื่อ ให้สามารถทำงานได้ดียิ่งขึ้น

ทางเลือกที่สอง คือพิจารณาแก้ไขระบบงาน โดยการแบ่งความรับผิดชอบให้พนักงานแทนกันทำแทน

ทางร้านอาจเลือกทำทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง หรือทั้งสองทาง ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและงบประมาณ

2. ฝึกอบรมฝ่ายพนักงานสินเชื่อมากยิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานมีความรู้ และความชำนาญ ในการปฏิบัติงาน และสามารถให้บริการทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่อย่างเท่าเทียมต่อไป

### บุคลากรฝ่ายขาย

1. วางนโยบายให้พนักงานขายศึกษารายละเอียดของรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ๆ ที่นำเข้ามาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ เช่น ระบบเชื้อเพลิงของรถจักรยานยนต์ การดูแลรักษา รถจักรยานยนต์ เป็นต้น เพื่อให้พนักงานขายสามารถอธิบายการใช้งานและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง ควรมีการอธิบายรายละเอียดและวิธีดูแลรักษา รถจักรยานยนต์ในรุ่นที่ลูกค้าซื้อ โดยละเอียด
2. จัดให้มีการอบรมพนักงานขายในเรื่องของ Service Mind และการดูแลลูกค้าอย่างเท่าเทียมทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ทั้งก่อนและหลังการขาย

## ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

1. ให้ความสำคัญเรื่องการนำเอาระบบบัตรคิวมาใช้ในร้าน เพื่อช่วยการจัดระบบคิวการรับบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หรือพิจารณาเพิ่มช่องทางรับชำระเงินหน้าเคาเตอร์ ในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก (Peak Time) ดังภาพที่ 5.3 โดยแยกลูกค้าที่มาชำระเงินกับลูกค้าที่มาติดต่อดำเนินการทางทะเบียนไว้คนละเคาเตอร์ เนื่องจากลูกค้าทางทะเบียนใช้เวลาในการดำเนินการต่อคนค่อนข้างนาน
2. การออกแบบระบบการให้บริการให้เป็นมาตรฐาน ตั้งแต่การจอง จนถึงการส่งมอบรถจักรยานยนต์ ควรมีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยติดตามและแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดชำระค่างวด ด้วย โดยอาจจะส่งเป็นอีเมลล์ และการส่งข้อความสั้น หรือ SMS (Short Message Service) ให้แก่ลูกค้าล่วงหน้า 3 วัน เป็นต้น และหากเกินเวลาการชำระค่างวดที่กำหนดแล้วลูกค้ายังไม่มาชำระ ควรมีการส่งข้อความสั้น หรือ SMS เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบ
3. พิจารณาให้มีการตรวจสอบการทำงานตั้งแต่ ระบบงานขาย ทำสัญญา ส่งมอบรถ ไปจนถึงการบริการหลังการขาย โดยมอบหมายให้แผนกบุคคล



ภาพที่ 5.3 เคาเตอร์รับชำระเงินปัจจุบันของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

## ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ เปิดดำเนินการมากกว่า 30 ปี ทำให้รูปแบบร้านไม่ทันสมัยเท่าที่ควร (ภาพที่ 5.4) รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือบางส่วนก็ผ่านการใช้งานมานาน ดังนั้น ทางห้างควรให้ความสำคัญในการเพิ่มงบประมาณในการปรับปรุงร้านให้มีรูปแบบทันสมัย เช่น การทำป้าย (ภาพที่ 5.5) การเพิ่มห้องรับรองลูกค้า (ภาพที่ 5.6) เป็นต้น
2. ปรับปรุงการทำความสะอาดภายในร้านให้มากขึ้น เช่น การเพิ่มจำนวนรอบในการทำความสะอาดจากเดิมวันละหนึ่งครั้ง เป็น 2 ครั้ง เป็นต้น และการปรับปรุงเรื่องผังการจัดวางรถจักรยานยนต์ ภายในร้านให้เป็นหมวดหมู่ น่าจะมีส่วนช่วยให้การดูแลเรื่องความสะอาดภายในร้านทำได้ง่าย



ภาพที่ 5.4 รูปปัจจุบันของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 5.5 รูปแบบแนวทางการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 5.6 สถานที่รับรองลูกค้าในปัจจุบันของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



### 5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเพื่อดูความพึงพอใจของลูกค้าปัจจุบันหลังการปรับปรุง และศึกษาเพิ่มเติมเรื่องความคาดหวังที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ หรือทำการศึกษาในกลุ่มลูกค้าที่เคยเป็นลูกค้าและไม่มาใช้บริการอีก ว่าเกิดจากสาเหตุใด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved