

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ การบริหารงานด้านการตลาด เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมไปถึงตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ได้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายและการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยบทนี้จะกล่าวถึง สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 70.70) มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 40.90) สถานภาพโสด (ร้อยละ 54.70) ประกอบกิจการส่วนตัว (ร้อยละ 38.70) มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.(ร้อยละ 35.10) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 40.00)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.00 ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของ บจก.โตโยต้า ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.60 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 36.40 สื่อที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 58.70 ใช้ช่องทางในการชำระค่ารถยนต์ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.40

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองราชบุรี

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.75) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ ผ่อนหนดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน มีบริการที่หลากหลายครบวงจร สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า และระยะเวลาการผ่อนชำระ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ย รองลงมาคือ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ (เช่น ค่าเปลี่ยนสัญญา ค่าบริการ งานทะเบียน อื่น ๆ) และ ค่าประกันคุ้มครองสินเชื่อ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อย โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ มีบริการทำสัญญาเอกสารที่มีจำนวนสาขามาก และมีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยได้ดังนี้ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปีคบัญชีก่อนกำหนด รองลงมาคือ ลูกค้าน่าที่ให้บริการจะให้ได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ข้อมูลสารสนเทศทันสมัยและครบถ้วน รางวัลสมนาคุณหากท่านแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ มีการประชาสัมพันธ์ด้วยจดหมาย/ใบปลิวถึงท่านโดยตรง และการแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยได้ดังนี้ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ รองลงมาคือ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ ความรู้และความสามารถของพนักงาน พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีของพนักงานและ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยได้ดังนี้ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติและมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน สามารถรับชำระค่าบริการได้สะดวกรวดเร็ว การปรับปรุงและพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ และ ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศร่วมในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยให้ความสำคัญมากกับทุกปัจจัยย่อยโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ทันสมัย สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดีและสถานประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า และภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ
เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค จำแนกตาม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้

ตารางที่ 47 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ
เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญ
อันดับแรก

ปัจจัยย่อย ด้าน	จำแนกตามอาชีพ			
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย)	พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย)	เกษตรกร (ค่าเฉลี่ย)
ผลิตภัณฑ์	ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (4.41)	ผ่อนหมดสามารถโอน ทะเบียนได้ทันที (4.19)	ผ่อนหมดสามารถโอน ทะเบียนได้ทันที (4.13)	มีบริการที่หลากหลายครบ วงจร (4.18)
ราคา	อัตราดอกเบี้ย (4.46)	อัตราดอกเบี้ย (4.57)	อัตราดอกเบี้ย (4.39)	อัตราดอกเบี้ย (4.34)
ช่องทางการจัด จำหน่าย	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.29)	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.23)	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.22)	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.31)
การส่งเสริม การตลาด	ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะ ได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (4.37)	ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำ จะได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำ กว่าปกติ (4.23)	มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิด บัญชีก่อนกำหนด (4.11)	มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิด บัญชีก่อนกำหนด (3.90)
บุคลากร	ความรู้และความสามารถ ของพนักงาน และ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (4.37)	พนักงานสามารถตอบ ข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบได้ อย่างชัดเจน (4.25)	ความสะดวกในการ ติดต่อกับพนักงาน (4.19)	พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลในสิ่ง ที่ต้องการทราบได้อย่าง ชัดเจน (4.31)
กระบวนการ ให้บริการ	มีระบบการทำงานที่ ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน (4.44)	เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ ยุ่งยากซับซ้อน (4.46)	เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ ยุ่งยากซับซ้อน (4.33)	เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ ยุ่งยากซับซ้อน (4.34)
การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	- ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ขององค์กรและ - สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร (4.25)	สถานประกอบการ ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร (4.04)	สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร (4.13)	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ขององค์กร (3.90)

จากตารางที่ 47 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกสูงสุด ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย และให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านเงื่อนไขและขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.34

ตารางที่ 48 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก

ปัจจัยย่อย ด้าน	จำแนกตามระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษาตอนปลายลงมา (ค่าเฉลี่ย)	อนุปริญา /ปวส. (ค่าเฉลี่ย)	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า (ค่าเฉลี่ย)
ผลิตภัณฑ์	ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (4.29)	ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียน ได้ทันที (4.11)	ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียน ได้ทันที (4.15)
ราคา	อัตราดอกเบี้ย (4.39)	อัตราดอกเบี้ย (4.44)	อัตราดอกเบี้ย (4.50)
ช่องทางกา รจั ด ำ หน ำ ย	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.42)	สามารถชำระเงินผ่านธนาคาร และเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (4.18)	สามารถชำระเงินผ่านธนาคาร และเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ (4.16)
การส่งเสริม การตลาด	มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิด บัญชีก่อนกำหนด (4.19)	มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชี ก่อนกำหนด (4.13)	ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะได้รับ เงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตรา ดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (4.03)
บุคลากร	ความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงาน (4.26)	มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการ เพียงพอ (4.34)	- พนักงานสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน - พนักงานมีความน่าเชื่อถือ - ความรู้ความสามารถของ พนักงาน (4.20)
กระบวนการ ให้บริการ	เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.32)	เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.41)	มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำเชื่อถือได้ และมีความ เป็นมาตรฐาน (4.32)
การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร (4.04)	สถานประกอบการตั้งขึ้นอย่าง มั่นคงถาวร (4.13)	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ ขององค์กร (4.20)

จากตารางที่ 48 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกสูงสุด ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมา ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.50

ตารางที่ 49 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก

ปัจจัยย่อย ด้าน	จำแนกตามรายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
ผลิตภัณฑ์	ผ่อนหมดสามารถโอน ทะเบียนได้ทันที (4.03)	ผ่อนหมดสามารถโอน ทะเบียนได้ทันที (4.28)	ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน (4.50)	สามารถกำหนดวันชำระ ค้างงวดได้ตามต้องการ (4.06)
ราคา	อัตราดอกเบี้ย (4.15)	อัตราดอกเบี้ย (4.71)	อัตราดอกเบี้ย (4.78)	อัตราดอกเบี้ย (3.75)
ช่องทางการจัด จำหน่าย	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.29)	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.26)	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.13)	สามารถชำระเงินผ่าน ธนาคารและเคาน์เตอร์ เซอร์วิสได้ (4.31)
การส่งเสริม การตลาด	ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะ ได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (4.10)	มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิด บัญชีก่อนกำหนด (4.16)	ลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำจะ ได้รับเงื่อนไขพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติ (4.63)	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต (4.09)
บุคลากร	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (4.33)	มีจำนวนพนักงานที่ ให้บริการเพียงพอ (4.22)	พนักงานมีความเสมอภาค ในการให้บริการ (4.39)	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และ มีจำนวนพนักงานที่ ให้บริการเพียงพอ (4.18)
กระบวนการ ให้บริการ	- สามารถรับชำระค่าบริการ ได้สะดวกรวดเร็ว และ - การปรับปรุงและพัฒนา บริการอย่างต่อเนื่อง (4.22)	เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ ยุ่งยากซับซ้อน (4.37)	ความสะดวกรวดเร็วในการ อนุมัติ (4.54)	- มีระบบการทำงานที่ ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความเป็นมาตรฐาน และ - การปรับปรุงและพัฒนา บริการอย่างต่อเนื่อง - ใช้เทคโนโลยีและระบบ สารสนเทศร่วมในการ ให้บริการ (4.18)
การสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร (4.03)	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ขององค์กร (4.12)	สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร (3.97)	สถานประกอบการตั้งขึ้น อย่างมั่นคงถาวร (4.25)

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกสูงสุด ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความน่าเชื่อถือ เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงสุด โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระเงินผ่านธนาคาร และเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ เป็นอันดับแรก คือ ร้อยละ 4.31

หมายเหตุ ผู้ศึกษา ได้เลือกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์มาเพียง 3 ปัจจัย ดังกล่าวข้างต้นนั้น เพราะจากการทบทวนวรรณกรรมของท่านอื่นแล้วพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ไม่สำคัญ นอกจากนี้ผู้ศึกษา ยังได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายขายของแต่ละตัวแทนจำหน่ายพบว่า ข้อมูลการอนุมัติสินเชื่อที่ผู้ให้บริการสินเชื่อให้นำนักต่อการพิจารณาสินเชื่อประกอบไปด้วยอาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นหลัก ส่วนเรื่องของ เพศ อายุ และสถานภาพ มีผลน้อยมากกับการอนุมัติสินเชื่อ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี ทั้ง 7 ปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อจากผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ ราคา คราตินค้า บริการ และชื่อเสียง ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ หรือบุคคล ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัทธมน อนุภาพ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาตรี คุรุชาม (2548) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิลก บุญวานิช(2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพการบริการ

ปัจจัยด้านราคา

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดราคาต้องคำนึงถึง การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องของผลิตภัณฑ์ตลอดจนภาวะการแข่งขัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัทธมน อนุภาพ (2547) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาตรี คุรุชาม (2548) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ย และ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิลก บุญวานิช (2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่างๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานัทรมน อंकานูภาพ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถชำระเงินผ่านธนาคารได้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิลก บุญวานิช (2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนหรือการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายได้ทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานัทรมน อंकานูภาพ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด และ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาตรี ครุรงาม (2548) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิลก บุญวานิช (2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการส่งข้อมูลการบริการต่าง ๆ โดยจดหมายตรงถึงท่าน

ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากร (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึงบุคลากรที่จำหน่าย และบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานัทรมน อंकานูภาพ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความสามารถในการอธิบายให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาตรี ครุรงาม (2548) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีของพนักงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิลก บุญวานิช (2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีพนักงานให้คำแนะนำและการปรึกษาอย่างถูกต้องและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักธมน อดิภาณุภาพ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักธมน อดิภาณุภาพ (2548) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักธมน อดิภาณุภาพ (2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กระบวนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ การออกแบบตกแต่ง รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ประกอบกิจการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักธมน อดิภาณุภาพ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ประกอบกิจการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักธมน อดิภาณุภาพ (2548) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนักธมน อดิภาณุภาพ (2552) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความมั่นคง ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี มีข้อค้นพบดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยโดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการไม่ต้องใช้ผู้ค้าประกัน เพราะปัญหาเรื่องการหาผู้ค้าประกันเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด เนื่องจากหาผู้ที่จะยินยอมมาเป็นผู้ค้าประกันได้ยาก และทำให้ต้องเสียเวลามากขึ้นกว่าเดิม
2. ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นลำดับแรก แสดงว่าปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ยังคิดว่าอัตราดอกเบี้ยที่ชำระมีอัตราสูงเกินไป
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้าน สามารถชำระเงินผ่านธนาคารหรือเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ มากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องทางที่ลูกค้าในปัจจุบันไม่ค่อยมีเวลา จึงเน้นในเรื่องของความสะดวกสบายในการชำระเงิน โดยเฉพาะระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมาให้ความสำคัญมากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้าน การแจกของขวัญของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ ในระดับปานกลาง ซึ่งให้ความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ
5. ด้านบุคลากร (People) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้าน ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน โดยเฉพาะระดับมัธยมศึกษาตอนปลายลงมาให้ความสำคัญมากที่สุด อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาน้อยต้องการคำแนะนำจากพนักงานมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่น
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านเงื่อนไขและขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เพราะผู้บริโภคมีโอกาสเลือกผู้ให้บริการ เนื่องจากปัจจุบันผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร และ สถานประกอบการ ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร เพราะเป็นบริการเรื่องการเงินซึ่งจะเน้นเรื่องนี้มากกว่าบริการอื่น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรีในครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ และ มีส่วนลดกรณีชำระค่างวดก่อนกำหนด รongลงมา

คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ และ ควรจัดให้มีที่จอดรถรองรับลูกค้าได้เป็นจำนวนมากและการจัดวาง เอกสาร อุปกรณ์ภายในสำนักงานให้เป็นระเบียบ สะอาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้าน ลูกค้าสามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ และ ลูกค้าสามารถใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน แทนบุคคลค้ำได้ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน ทราบผลการอนุมัติ เร็ว และ ขั้นตอนการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ด้านราคา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตรา ค่าธรรมเนียมควรอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมเป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกองค์กร ด้านบุคลากรให้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีการอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการบริการลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยย่อยด้านเพิ่มช่องทางการบริการทาง อินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้ จากการศึกษารายตามลำดับความสำคัญดังนี้

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ให้ความสำคัญในระดับมาก ควรมีการพัฒนาในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนและเงื่อนไขการขออนุมัติ สินเชื่อไม่ให้ยุ่งยาก ซับซ้อน ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จึงควรเน้นกลยุทธ์ด้าน กระบวนการให้บริการ โดยเน้นไปในเรื่องของ เงื่อนไขและขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน เพื่อเป็นการ เสริมแนวทางข้างต้น ควรจัดให้มีการออกแบบระบบการตรวจเช็คเอกสารในการขอสินเชื่อ เพื่อ ประกอบการพิจารณาเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ทั้งพนักงานวิเคราะห์สินเชื่อและลูกค้า เพื่อป้องกันไม่ให้ เกิดความยุ่งยาก ซับซ้อน

ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ควรที่จะสร้างมาตรฐานในกระบวนการให้บริการ ด้วยการจัดทำคู่มือ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติงานในการให้บริการด้านสินเชื่ออย่างชัดเจน ให้กับ พนักงานถือปฏิบัติอย่างถูกต้องครบถ้วนตามที่กำหนด รวมไปถึงมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร รวมทั้งสามารถให้คำตอบลูกค้าได้ว่า จะทราบผล การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อได้ภายในกี่วัน ทำให้การอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วในความรู้สึกรู้สึกของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าทราบความคืบหน้าของเรื่องที่เสนอขอสินเชื่อตลอดเวลา ควรมีข้อเสนอแนะหรือ

คำแนะนำแก่ลูกค้ากรณีที่สินเชื่อไม่ผ่านการอนุมัติรวมทั้งควรระบุเหตุผลที่ชัดเจนของการ ไม่อนุมัติสินเชื่อให้แก่ลูกค้าแต่ละกรณี

ด้านบุคลากร

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษ พบว่า ควรมีการพัฒนาในปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จึงควรเน้นกลยุทธ์ด้านบุคลากรโดยเน้นไปในเรื่องของการวางแผนและวิเคราะห์อัตรากำลังของพนักงานเพื่อให้สามารถแก้ปัญหาการขาดแคลนพนักงานให้บริการเพราะปัจจุบัน หลายองค์กรมีการลดอัตรากำลังคนของพนักงานสาขาให้น้อยลงเพื่อลดค่าใช้จ่าย

ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ควรมีการจัดฝึกอบรมพัฒนาพนักงานสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องทักษะในงานที่รับผิดชอบ และการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี ทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีทักษะ มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรสามารถให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน รวมทั้งยังฝึกให้ มีนิสัยส่วนตัวที่ดี มีน้ำใจ มารยาทดี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและเพื่อนพนักงานด้วย

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษ พบว่า ควรมีการพัฒนาในปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ย ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จึงควรเน้นกลยุทธ์ด้านราคาโดยเน้นไปในเรื่องของอัตราดอกเบี้ย ซึ่งแต่ละแห่งก็จะคิดอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีต้นทุนทางการเงินของแต่ละแห่งไม่เท่ากัน จึงเป็นข้อจำกัดของแต่ละองค์กร ดังนั้นเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ควรพิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด ให้กับลูกค้าตามความเหมาะสม โดยเฉพาะลูกค้าชั้นดี ที่ไม่เคยมีประวัติเสียหายด้านการเงิน จะได้รับการพิจารณาก่อน เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเก่าไม่ให้ไปใช้บริการที่อื่น โดยควรพิจารณาอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ไม่สูงกว่าคู่แข่ง และต้องไม่ต่ำกว่าต้นทุนทางการเงิน ซึ่งจะต้องพยายามลดต้นทุนในการดำเนินงานของตนเองให้ต่ำที่สุด และหารายได้จากค่าธรรมเนียมการให้บริการต่าง ๆ มาชดเชยกับรายได้ส่วนที่สูญเสียไป สำหรับเงินที่ผ่อนชำระต่องวดสูง ควรมีการทบทวนในเรื่องของระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการผ่อนชำระหนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ควรมีการพัฒนาในปัจจัยย่อยด้านผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน มีบริการที่หลากหลายครบวงจร สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า และระยะเวลาการผ่อนชำระ ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จึงควรเน้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเน้นไปในเรื่องผ่อนหมดสามารถโอนทะเบียนได้ทันที รองลงมาคือ ไม่ต้องใช้ผู้ค้ำประกัน มีบริการที่หลากหลายครบวงจร สามารถกำหนดวันชำระค่างวดได้ตามต้องการ วงเงินสินเชื่อที่ให้แก่ลูกค้า และระยะเวลาการผ่อนชำระ

ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ไม่ควรกำหนดเงื่อนไขในเรื่องของบุคคลค้ำประกันจากลูกค้ามากเกินไป ควรพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้จากการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก เอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อ ก็ไม่ควรมีมากจนสร้างความสับสนและยุ่งยากให้กับลูกค้า ควรใช้เอกสารในการพิจารณาสินเชื่อเท่าที่จำเป็น โดยมีกรอบแบบระบบการตรวจเช็คเอกสารในการขอสินเชื่อ (Check List) เพื่อประกอบการพิจารณาเท่าที่จำเป็น นอกจากนี้ เราควรกำหนดระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ที่เหมาะสมไม่สั้นเกินไป แต่อย่างไรก็ตาม ในเรื่องของการมีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือก รวมถึงมีบริการที่ครบวงจร ก็มีความจำเป็นต้องให้ความสนใจและควรเน้นที่มีสินเชื่อ และการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ควรมีการพัฒนาในปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ มีบริการทำสัญญาเอกสารนอกสถานที่ มีจำนวนสาขามาก และ มีบริการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จึงควรเน้นกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเน้นไปในเรื่อง ช่องทางในการชำระเงินของลูกค้าโดยสามารถชำระเงินผ่านธนาคารและเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ เพื่อความสะดวกของลูกค้า รวมไปถึง มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์ มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ หากพบว่ามีที่จอดรถให้กับลูกค้าไม่เพียงพอ ซึ่งอาจจะเกิดจากรถของพนักงาน ก็ควรมีการจัดหาสถานที่จอดรถให้กับพนักงานในบริเวณอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกับสำนักงาน โดยจ่ายค่าเช่าพื้นที่จอดรถให้กับพนักงาน ก็จะเป็นการแก้ปัญหาได้ทางหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ในเรื่องของช่องทางการให้บริการทาง อินเทอร์เน็ต แม้ว่าผู้ประกอบการในปัจจุบัน ยังให้ความสำคัญน้อย ซึ่งอาจเกิดจาก ข้อจำกัดในการให้บริการทาง

อินเทอร์เน็ต ของหลายธนาคาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร และ ความรู้ความเข้าใจของพนักงาน รวมทั้งยังขาดการประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้ารับรู้อย่างทั่วถึงด้วย แต่ ในอนาคต การให้บริการในช่องทางนี้ จะได้รับความนิยมจากลูกค้าและมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ซึ่งแต่ละองค์กรจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาระบบ อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่องต่อไปอย่าง หลีกเลียงไม่ได้

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ควรมีการพัฒนาในปัจจุบัน ย่อย ด้านสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร

ดังนั้นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จึงควรเน้นกลยุทธ์ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยเน้นไปในเรื่องสถานประกอบการตั้งขึ้นอย่างมั่นคงถาวร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร สถานประกอบการมีเครื่องมือ อุปกรณ์ สำนักงาน ที่ ทันสมัย สถานประกอบการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัย และภายในมีบรรยากาศที่ดีและสถาน ประกอบการมีความสะอาดเป็นระเบียบ มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า และ ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ธนาคารอาจไม่จำเป็นต้องทุ่มงบประมาณเพื่อลงทุนในเรื่องของการสร้างความเป็น ระเบียบ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในธนาคารมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อย ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า ในปัจจุบัน ธนาคารส่วนใหญ่ก็มีการดำเนินงานใน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอย่างเหมาะสมแล้ว ลูกค้าจึงไม่ค่อยรู้สึกว่าเป็นปัญหามาก แต่อย่างไรก็ ตาม หากจะต้องมีการปรับปรุงเพิ่มขึ้นอีก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และครอบคลุม ลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย ก็ควรจะปรับปรุงในเรื่องของ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่มที่สะอาด กาแฟ หนังสือพิมพ์ วารสาร เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำที่สะอาด ครอบคลุม บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงาน ก็ต้องมีการปรับปรุงให้ดูทันสมัยอยู่ เสมอ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าตั้งแต่ที่มาใช้บริการในครั้งแรกจนเกิดความไว้วางใจ กลายเป็นความผูกพันกับธนาคาร ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ ธนาคารมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี เป็นที่ ยอมรับกับลูกค้า มากยิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ควรเน้นในเรื่อง การมีส่วนลดดอกเบี้ยหากปิดบัญชีก่อนกำหนด หรือยกเว้นค่าธรรมเนียมการใช้บริการต่างๆ ควรมีการกำหนดเงื่อนไขการปลอดชำระคืนเงินต้น หรือดอกเบี้ยด้วย เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกับเราเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อสร้างการจดจำและสร้างแรงจูงใจ

ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จะต้องศึกษา และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า โดยพิจารณาจาก อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม จากผลการศึกษาลูกค้าที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยด้านราคา กิจกรรมจะต้องนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าจะได้ผลประโยชน์สูงสุดเช่น นำเสนออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม ขณะที่ลูกค้าที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อบุคลากร กิจกรรมควรจะต้องพัฒนาพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สามารถตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลรวมถึงให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และลูกค้าควรติดต่อพนักงานได้ตลอดเวลา เป็นต้น