

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและปัญหา จำแนกตาม จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	208	69.33
หญิง	92	30.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 69.33 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 30.67

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	5	1.67
21 – 30 ปี	21	7.00
31 – 40 ปี	123	41.00
41 – 50 ปี	90	30.00
50 ปีขึ้นไป	61	20.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 30.00 อายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.33 อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 7.00 และ อายุต่ำกว่า 21 ปี ร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	71	23.67
สมรส	219	73.00
อื่นๆ	10	3.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ หม้าย (6 ราย), ไม่ระบุ (4 ราย)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สมรส ร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ โสด ร้อยละ 23.67 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	114	38.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	90	30.00
ปวส.หรืออนุปริญญา	57	19.00
ปริญญาตรี	29	9.67
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	10	3.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 30.00 ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 19.00 ปริญญาตรี ร้อยละ 9.67 และ สูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	7	2.33
ข้าราชการ	16	5.33
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	13.33
พนักงานบริษัทเอกชน	58	19.33
ธุรกิจส่วนตัว	49	16.33
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	15	5.00
เกษตรกร/หัตถกรรม	107	35.67
อื่นๆ	8	2.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ (5 ราย), ว่างาน (1 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า อาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เกษตรกร/หัตถกรรม ร้อยละ 35.67 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 19.33 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 16.33 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.33 ข้าราชการ ร้อยละ 5.33 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 5.00 อื่นๆ ร้อยละ 2.67 และ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 2.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	30	10.00
10,000 – 15,000 บาท	75	25.00
15,001 – 20,000 บาท	108	36.00
20,001 – 25,000 บาท	45	15.00
25,001 – 30,000 บาท	29	9.67
30,000 บาทขึ้นไป	13	4.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ 10,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 25.00 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 15.00 ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 10.00 25,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 9.67 และ 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.33 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อ รถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	15	5.00
5,001 – 10,000 บาท	30	10.00
10,001 – 15,000 บาท	38	12.67
15,001 – 20,000 บาท	84	28.00
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	133	44.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 44.33 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 28.00 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 12.67 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 10.00 และ ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถจักรยานยนต์ที่ใช้ อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	61	20.33
มี 1 คัน	135	45.00
มี 2 คัน	79	26.33
มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป	25	8.34
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า จำนวนรถจักรยานยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มี 1 คัน ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ มี 2 คัน ร้อยละ 26.33 ยังไม่มีรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 20.33 และ มีมากกว่า 2 คันขึ้นไป ร้อยละ 8.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถจักรยานยนต์ที่ เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเป็นคันแรก	91	30.33
2 คัน	118	39.33
3 คัน	76	25.34
มากกว่า 3 คันขึ้นไป	15	5.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ จำนวน 2 คัน ร้อยละ 39.33 รองลงมา คือ ซื้อเป็นคันแรก ร้อยละ 30.33 จำนวน 3 คัน ร้อยละ 25.34 และ จำนวนมากกว่า 3 คันขึ้นไป ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อรถจักรยานยนต์ กับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้ส่วนตัว	124	41.34
เพื่อให้แฟน/คู่สมรสใช้	70	23.33
เพื่อให้บุตรใช้	106	35.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า วัตถุประสงค์ของการซื้อรถจักรยานยนต์ กับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อใช้ส่วนตัว ร้อยละ 41.34 รองลงมาคือ เพื่อให้บุตรใช้ ร้อยละ 35.33 และ เพื่อให้แฟน/คู่สมรสใช้ ร้อยละ 23.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
6 งวด	39	13.00
12 งวด	65	21.67
18 งวด	21	7.00
24 งวด	81	27.00
30 งวด	12	4.00
36 งวด	82	27.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระยะเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ จำนวน 36 งวด ร้อยละ 27.33 รองลงมาคือ จำนวน 24 งวด ร้อยละ 27.00 จำนวน 12 งวด ร้อยละ 21.67 จำนวน 6 งวด ร้อยละ 13.00 จำนวน 18 งวด ร้อยละ 7.00 และ จำนวน 30 งวด ร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่นนอกเหนือจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	230	76.67
เคย	70	23.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่นนอกเหนือจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 76.67 และ เคยใช้บริการ ร้อยละ 23.33

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันการเงินอื่นที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ นอกจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

สถาบันการเงินอื่นที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	10	14.29
บริษัท เวิลด์ลีส์ จำกัด โดย ธนาคารทีไอเอ็มบีไทย	2	2.86
บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)	4	5.71
บริษัท อยุรยา แคปปิตอล ออโต ลีส จำกัด (มหาชน)	5	7.14
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	9	12.86
บริษัท ฐิติกร จำกัด (มหาชน)	11	15.71
บริษัท นิยมพานิช จำกัด	13	18.57
บริษัท สหพานิชเชียงใหม่ จำกัด	16	22.86

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 70 ราย (เฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับสถาบันการเงินอื่น)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า สถาบันการเงินอื่นที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ บริษัท สหพานิชเชียงใหม่ จำกัด ร้อยละ 22.86 รองลงมาคือ บริษัท นิยมพานิช จำกัด ร้อยละ 18.57 บริษัท ฐิติกร จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 15.71 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 14.29 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 12.86 บริษัท อยุรยา แคปปิตอล ออโต ลีส จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 7.14 บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 5.71 และบริษัท เวิลด์ลีส์ จำกัด โดย ธนาคารทีไอเอ็มบีไทย ร้อยละ 2.86 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการรู้จัก ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งข้อมูลในการรู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
รู้จักด้วยตัวเอง / เจอหน้าร้านเอง	53	17.67
ครอบครัวหรือญาติแนะนำ	105	35.00
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	85	28.33
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น / นิตยสารอื่นๆ	2	0.67
แผ่นพับ / ใบปลิว	3	1.00
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ร้าน	1	0.33
ร้านขายรถจักรยานยนต์อื่นแนะนำ	37	12.33
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	15	5.00
วิทยุชุมชน	9	3.00
เป็นลูกค้าเก่าของห้างฯ	110	36.67
อื่นๆ	8	2.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รู้จักกับเจ้าของร้าน (5 ราย) และ ไม่ระบุ (3 ราย)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า แหล่งข้อมูลในการรู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เป็นลูกค้าเก่าของห้างฯ ร้อยละ 36.67 รองลงมาคือ ครอบครัวหรือญาติแนะนำ ร้อยละ 35.00 เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 28.33 รู้จักด้วยตัวเอง / เจอหน้าร้านเอง ร้อยละ 17.67 ร้านขายรถจักรยานยนต์อื่นแนะนำ ร้อยละ 12.33 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ร้อยละ 5.00 วิทยุชุมชน ร้อยละ 3.00 อื่นๆ ร้อยละ 2.67 แผ่นพับ / ใบปลิว ร้อยละ 1.00 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น / นิตยสารอื่นๆ ร้อยละ 0.67 และ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ร้าน ร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อรถจักรยานยนต์ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อรถจักรยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	28	9.33
บุคคลในครอบครัว	55	18.33
แฟน/คู่สมรส	71	23.67
ตัวท่านเอง	134	44.67
พนักงานของร้าน	12	4.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อรถจักรยานยนต์ กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัวท่านเอง ร้อยละ 44.67 รองลงมาคือ แฟน/คู่สมรส ร้อยละ 23.67 บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 18.33 เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 9.33 และ พนักงานของร้าน ร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ	187	62.33
ความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์	77	25.67
คุณภาพของรถจักรยานยนต์	30	10.00
มีรถจักรยานยนต์ที่มีตราหือเป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย	103	34.33
เงื่อนไข ระเบียบ และขั้นตอนในการทำสัญญามีความยืดหยุ่น	24	8.00
อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่นๆ	127	42.33

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับ ไฟแนนซ์อื่น ๆ	59	19.67
มีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย	14	4.67
มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ แผ่นประกาศ เป็นต้น	3	1.00
พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ ความสามารถในสิ่งที่ ให้บริการ	23	7.67
พนักงานสินเชื่อมีจำนวนมากเพียงพอในการให้บริการ	24	8.00
สถานที่ทำการสะอาด กว้างขวาง และเป็นระเบียบเรียบร้อย	16	5.33
มีความโปร่งใสในการอนุมัติสินเชื่อ	51	17.00
พนักงานของร้านแต่งกายสุภาพเหมาะสม และ ใส่ชุดฟอร์มของร้าน	30	10.00
อื่นๆ	5	1.67

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ คนรู้จักแนะนำ (3 คน) และ การให้คำปรึกษาที่ดี (2 คน)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 62.33 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ ร้อยละ 42.33 และ มีรถจักรยานยนต์ที่มีตราหือเป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย ร้อยละ 34.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการแน่นอน	189	63.00
อาจจะมาใช้บริการ	97	32.33
ไม่มาใช้บริการแน่นอน	14	4.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มาใช้บริการแน่นอน ร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ อาจจะมาใช้บริการ ร้อยละ 32.33 และ ไม่มาใช้บริการแน่นอน ร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นของการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นในการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้าง หุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	172	57.33
ยังไม่แน่ใจ	108	36.00
ไม่แนะนำ	20	6.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความคิดเห็นในการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 57.33 รองลงมาคือ ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 36.00 และ ไม่แนะนำ ร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ยกยอนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.1 ความหลากหลายของรุ่น รถจักรยานยนต์	225 (75.00)	43 (14.33)	12 (4.00)	13 (4.33)	7 (2.33)	4.55 (มากที่สุด)
1.2 คุณภาพของ รถจักรยานยนต์	55 (18.33)	161 (53.67)	35 (11.67)	25 (8.33)	24 (8.00)	3.66 (มาก)
1.3 ความสามารถในหา รถจักรยานยนต์ตามรุ่น ที่ลูกค้าต้องการของทาง ร้าน เช่น แบบหรือสาย ของรถจักรยานยนต์ที่ทำ ได้ยาก เป็นต้น	65 (21.67)	153 (51.00)	37 (12.33)	29 (9.67)	16 (5.33)	3.74 (มาก)
1.4 ความสวยงามของสีสัน และสวดลายของ รถจักรยานยนต์ที่ทาง ร้านมีให้เลือก	77 (25.67)	120 (40.00)	38 (12.67)	27 (9.00)	38 (12.67)	3.57 (มาก)
1.5 มีการดูแล รถจักรยานยนต์หลังการ ขายของทางร้าน	13 (4.33)	21 (7.00)	184 (61.33)	48 (16.00)	34 (11.33)	2.77 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.6 มีรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ออกมา แสดงอย่างสม่ำเสมอ	24 (8.00)	47 (15.67)	149 (49.67)	54 (18.00)	26 (8.67)	2.96 (ปานกลาง)
1.7 ร้านจัดส่งรถจักรยานยนต์ ถูกต้องตามแบบ หรือรุ่น ที่ได้สั่งไว้	36 (12.00)	157 (52.33)	38 (12.67)	34 (11.33)	35 (11.67)	3.42 (ปานกลาง)
1.8 มีการอธิบายรายละเอียด และวิธีดูแลรักษา รถจักรยานยนต์	12 (4.00)	25 (8.33)	145 (48.33)	78 (26.00)	40 (13.33)	2.64 (ปานกลาง)
1.9 มีรถจักรยานยนต์ที่มีตรา ยี่ห้อเป็นที่รู้จักไว้ จำหน่าย	74 (24.67)	150 (50.00)	35 (11.67)	36 (12.00)	5 (1.67)	3.84 (มาก)
1.10 ความเพียงพอของ จำนวนรถจักรยานยนต์ แต่ละรุ่น	30 (10.00)	41 (13.67)	176 (58.67)	40 (13.33)	13 (4.33)	3.12 (ปานกลาง)
1.11 ร้านมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ	224 (74.67)	43 (14.33)	27 (9.00)	6 (2.00)	0 (0.00)	4.62 (มากที่สุด)
1.12 การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัด โฟแนนซ์ที่ เหมาะสม และตรงตาม ความต้องการ เช่น มีงวด การชำระเงินให้เลือก หลากหลาย เป็นต้น	69 (23.00)	155 (51.67)	33 (11.00)	43 (14.33)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.56 (มาก)</b>

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

โดยความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ร้านมีชื่อเสียงมา นาน และมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.62) และความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่มี รถจักรยานยนต์ที่มีตราหือเป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84)การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และขอจัด ไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ เช่น มีงวดการชำระเงินให้เลือกละเอียด เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83)ความสามารถในการรถจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้าน เช่น แบบหรือ ปลายของรถจักรยานยนต์ที่หาได้ยาก เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.74)คุณภาพของรถจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และความสวยงามของสีคันและลวดลายของรถจักรยานยนต์ที่ทางร้านมีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ร้านจัดส่ง รถจักรยานยนต์ถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.42)ความเพียงพอของจำนวน รถจักรยานยนต์แต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.12)มีรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.96)มีการดูแลรถจักรยานยนต์หลังการขายของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.77) และมีการอธิบาย รายละเอียดและวิธีดูแลรักษาจักรยานยนต์ (ค่าเฉลี่ย 2.64) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
2.1 อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	246 (82.00)	28 (9.33)	17 (5.67)	4 (1.33)	5 (1.67)	4.69 (มากที่สุด)
2.2 อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ (ค่าโอนรถจักรยานยนต์ ค่าทำพ.ร.บ. ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) มีความเหมาะสม	97 (32.33)	172 (57.33)	31 (10.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.22 (มาก)
2.3 อัตราค่าปรับในการผิดนัดชำระค่างวดรายเดือน มีความเหมาะสม	38 (12.67)	44 (14.67)	169 (56.33)	31 (10.33)	18 (6.00)	3.18 (ปานกลาง)
2.4 มีส่วนลดเหมาะสมในกรณีที่มีการปิดบัญชีก่อนกำหนดของสัญญา	5 (1.67)	8 (2.67)	59 (19.67)	199 (66.33)	29 (9.67)	2.20 (น้อย)
2.5 สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้	201 (67.00)	48 (16.00)	25 (8.33)	15 (5.00)	11 (3.67)	4.38 (มาก)
2.6 ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	20 (6.67)	44 (14.67)	157 (52.33)	50 (16.67)	29 (9.67)	2.92 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.60</b> <b>(มาก)</b>



จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.69)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ (ค่าโอนรถจักรยานยนต์ ค่าทำพ.ร.บ. ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.22)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ อัตราค่าปรับในการผิดนัดชำระค่าวงจรวรายเดือน มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.18) และระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.92)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีส่วนลดเหมาะสมในกรณีที่มีการปิดบัญชีก่อนกำหนดของสัญญา (ค่าเฉลี่ย 2.20)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3.1 ท่าเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ	226 (75.33)	48 (16.00)	7 (2.33)	6 (2.00)	13 (4.33)	4.56 (มากที่สุด)
3.2 มีที่จอดรถเพียงพอสะดวก	63 (21.00)	163 (54.33)	42 (14.00)	32 (10.67)	0 (0.00)	3.86 (มาก)
3.3 มีห้องรับรองลูกค้า ที่โอ้โถง มีความสะดวกสบาย	15 (5.00)	27 (9.00)	151 (50.33)	78 (26.00)	29 (9.67)	2.74 (ปานกลาง)
3.4 สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์ของร้าน	8 (2.67)	32 (10.67)	186 (62.00)	45 (15.00)	29 (9.67)	2.82 (ปานกลาง)
3.5 มีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย เช่น ชำระเงินที่เคาน์เตอร์ร้าน, ส่งพนักงานไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือธนาคารกรุงไทย เป็นต้น	7 (2.33)	7 (2.33)	60 (20.00)	189 (63.00)	37 (12.33)	2.19 (น้อย)
3.6 ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ ตั้งแต่ 8.30 – 17.00 ของร้านเหมาะสม	206 (68.67)	55 (18.33)	24 (8.00)	9 (3.00)	6 (2.00)	4.49 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.44</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44)

โดยความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ ตั้งแต่ 8.30 – 17.00 ของร้านเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.82) และมีห้องรับรองลูกค้า ที่โอ้โงง มีความสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 2.74)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย เช่น ชำระเงินที่เคาน์เตอร์ร้าน, ส่งพนักงาน ไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.19)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.1 มีการโฆษณาผ่านทางสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน ใบปลิว ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง เป็นต้น	56 (18.67)	145 (48.33)	50 (16.67)	23 (7.67)	26 (8.67)	3.61 (มาก)
4.2 มีการทำการ ประชาสัมพันธ์ ผ่านการ จัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ ร้าน เช่น เปลี่ยนถ่าย น้ำมันเครื่องราคาถูก พิเศษสำหรับลูกค้า แจก ทุนการศึกษาสำหรับ นักเรียนด้อยโอกาส เป็นต้น	54 (18.00)	175 (58.33)	40 (13.33)	31 (10.33)	0 (0.00)	3.84 (มาก)
4.3 มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและ รายละเอียดการ ให้บริการแต่ละประเภท ของร้าน	14 (4.67)	9 (3.00)	64 (21.33)	174 (58.00)	39 (13.00)	2.28 (น้อย)
4.4 มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบูธ ตามงานต่างๆ เป็นต้น	224 (74.67)	44 (14.67)	19 (6.33)	6 (2.00)	7 (2.33)	4.57 (มากที่สุด)
4.5 มีพนักงานออกไปติดต่อ แนะนำร้านแก่ลูกค้า	0 (0.00)	11 (3.67)	35 (11.67)	209 (69.67)	45 (15.00)	2.04 (น้อย)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
4.6 มีการให้สิทธิพิเศษแก่ ลูกค้าเก่า เช่น การลด อัตราดอกเบี้ย, การ ไม่คิดค่าธรรมเนียม บางส่วน เป็นต้น	219 (73.00)	47 (15.67)	16 (5.33)	6 (2.00)	12 (4.00)	4.52 (มากที่สุด)
4.7 แจกแผ่นพับรายละเอียด ของการบริการประเภท ต่างๆอย่างชัดเจน	15 (5.00)	31 (10.33)	176 (58.67)	54 (18.00)	24 (8.00)	2.86 (ปานกลาง)
4.8 แผ่นพับการบริการวาง ในตำแหน่งที่สามารถ หยิบได้สะดวก	64 (21.33)	134 (44.67)	42 (14.00)	24 (8.00)	36 (12.00)	3.55 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.41</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือมีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.57) และ มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย, การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องราคาถูก พิเศษสำหรับลูกค้า แจกทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนด้อยโอกาส เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน ใบปลิว ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ แผ่นพับบริการวางในตำแหน่งที่สามารถหยิบได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ แจกแผ่นพับรายละเอียดของการบริการประเภทต่างๆอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.86)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดการให้บริการแต่ละประเภทของร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.28) และมีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.04)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.1 พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ความสามารถในสิ่งที่ให้บริการ	51 (17.00)	156 (52.00)	42 (14.00)	40 (13.33)	11 (3.67)	3.65 (มาก)
5.2 พนักงานสินเชื่อมีความพร้อมที่จะให้ บริการตลอดเวลา	55 (18.33)	131 (43.67)	45 (15.00)	39 (13.00)	30 (10.00)	3.47 (ปานกลาง)
5.3 พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า	221 (73.67)	42 (14.00)	24 (8.00)	5 (1.67)	8 (2.67)	4.54 (มากที่สุด)
5.4 พนักงานสินเชื่อมีความรวดเร็วในการให้บริการ	59 (19.67)	142 (47.33)	42 (14.00)	42 (14.00)	15 (5.00)	3.63 (มาก)
5.5 พนักงานสินเชื่อมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	0 (0.00)	9 (3.00)	23 (7.67)	223 (74.33)	45 (15.00)	1.99 (น้อย)
5.6 พนักงานรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า โดยการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดที่พึงรักษาไว้	54 (18.00)	164 (54.67)	49 (16.33)	33 (11.00)	0 (0.00)	3.80 (มาก)
5.7 พนักงานรักษาความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี	15 (5.00)	22 (7.33)	181 (60.33)	51 (17.00)	31 (10.33)	2.80 (ปานกลาง)
5.8 พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	108 (36.00)	163 (54.33)	29 (9.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5.9 ความตรงต่อเวลาในการ บริการของพนักงาน	3 (1.00)	6 (2.00)	69 (23.00)	194 (64.67)	28 (9.33)	2.21 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.26) พนักงานรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าโดยการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดที่พึงรักษาไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.80) พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ พนักงานสินเชื่อมีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ พนักงานสินเชื่อมีความพร้อมที่จะให้ บริการตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ พนักงานรักษาความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 2.80)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ ความตรงต่อเวลาในการบริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.21) และ พนักงานสินเชื่อมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.99)



ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.1 มีการจัดระบบคิวการรับ บริการก่อน- หลัง	5 (1.67)	8 (2.67)	53 (17.67)	199 (66.33)	35 (11.67)	2.16 (น้อย)
6.2 หลักฐานที่ใช้ ประกอบการขอสินเชื่อ มีความเหมาะสม ไม่มาก จนเกินไป	74 (24.67)	153 (51.00)	38 (12.67)	35 (11.67)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
6.3 การประเมินวงเงิน สินเชื่อ มีความรวดเร็ว และเหมาะสมตรงความ ต้องการ	58 (19.33)	140 (46.67)	31 (10.33)	37 (12.33)	34 (11.33)	3.50 (มาก)
6.4 ระเบียบ ขั้นตอนการทำ สัญญาสะดวก ไม่ยุ่งยาก มีความชัดเจน	52 (17.33)	140 (46.67)	48 (16.00)	37 (12.33)	23 (7.67)	3.54 (มาก)
6.5 ระยะเวลาในการยื่นและ รอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความ ต้องการ	66 (22.00)	148 (49.33)	46 (15.33)	31 (10.33)	9 (3.00)	3.77 (มาก)
6.6 มีความรวดเร็วในการ คำนวณอัตราดอกเบี้ย และค่างวด	57 (19.00)	142 (47.33)	42 (14.00)	36 (12.00)	23 (7.67)	3.58 (มาก)
6.7 มีระบบการให้บริการที่ ได้มาตรฐาน	17 (5.67)	33 (11.00)	167 (55.67)	48 (16.00)	35 (11.67)	2.83 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6.8 ร้านมีการแจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงกำหนดชำระค่า งวด	39 (13.00)	34 (11.33)	142 (47.33)	56 (18.67)	29 (9.67)	2.99 (ปานกลาง)
6.9 การให้บริการไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย	27 (9.00)	50 (16.67)	179 (59.67)	30 (10.00)	14 (4.67)	3.15 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อ มีความเหมาะสม "ไม่มากจนเกินไป" (ค่าเฉลี่ย 3.89)ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.77)มีความรวดเร็วในการคำนวณอัตราดอกเบี้ย และค่างวด (ค่าเฉลี่ย 3.58)ระเบียบ ขั้นตอนการทำ สัญญาสะดวก ไม่ยุ่งยาก มีความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ การประเมินวงเงินสินเชื่อ มีความรวดเร็วและเหมาะสมตรงความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ถ้าหากความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ การให้บริการไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.15) ร้านมีการแจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงกำหนดชำระค่างวด (ค่าเฉลี่ย 2.99) และมีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.83) ตามลำดับ

ถ้าหากความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน- หลัง (ค่าเฉลี่ย 2.16)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.1 สถานที่ทำการสะอาด กว้างขวาง และเป็น ระเบียบเรียบร้อย	26 (8.67)	41 (13.67)	190 (63.33)	26 (8.67)	17 (5.67)	3.11 (ปานกลาง)
7.2 มีอุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่ทันสมัย	11 (3.67)	37 (12.33)	140 (46.67)	87 (29.00)	25 (8.33)	2.74 (ปานกลาง)
7.3 มีที่นั่งรอเพียงพอกับ ลูกค้าที่มาใช้บริการ	7 (2.33)	4 (1.33)	56 (18.67)	200 (66.67)	33 (11.00)	2.17 (น้อย)
7.4 ความสะอาดของห้องน้ำ ที่จัดไว้ให้บริการของ ร้าน	32 (10.67)	39 (13.00)	177 (59.00)	36 (12.00)	16 (5.33)	3.12 (ปานกลาง)
7.5 จำนวนห้องน้ำรองรับ บริการลูกค้าอย่าง เพียงพอ	29 (9.67)	56 (18.67)	172 (57.33)	21 (7.00)	22 (7.33)	3.16 (ปานกลาง)
7.6 ภายในตัวอาคาร หรือ บริเวณเคาน์เตอร์รับ บริการมีแสงสว่าง เพียงพอ	66 (22.00)	153 (51.00)	44 (14.67)	37 (12.33)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
7.7 ภายในอาคารและ บริเวณรับบริการตกแต่ง ด้วยสีเย็นตา ให้ ความรู้สึกที่สดชื่นใน การมารับบริการ	104 (34.67)	165 (55.00)	31 (10.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24 (มาก)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
7.8 ระบบการติดตั้ง เครื่องปรับอากาศภายใน ตัวอาคารมีอุณหภูมิที่ พอเหมาะ อากาศเย็น สบาย ไม่รู้สึกอึดอัด	26 (8.67)	53 (17.67)	140 (46.67)	45 (15.00)	36 (12.00)	2.96 (ปานกลาง)
7.9 ป้ายชื่อร้านเห็นได้ ชัดเจน	13 (4.33)	32 (10.67)	185 (61.67)	40 (13.33)	30 (10.00)	2.86 (ปานกลาง)
7.10 พนักงานของร้านแต่ง กายสุภาพเหมาะสม และ ใส่ชุดฟอร์มของร้าน	58 (19.33)	148 (49.33)	54 (18.00)	22 (7.33)	18 (6.00)	3.69 (มาก)
7.11 ระบบรักษาความ ปลอดภัยของร้านมีความ เหมาะสม	59 (19.67)	136 (45.33)	49 (16.33)	26 (8.67)	30 (10.00)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22)

โดยความพึงพอใจต่อย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ภายในอาคารและบริเวณรับบริการตกแต่งด้วยสีเขียวตา ให้ความรู้สึกที่สดชื่นในการมารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ภายในตัวอาคาร หรือบริเวณเคาน์เตอร์รับบริการมีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานของร้านแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และระบบรักษาความปลอดภัยของร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่จำนวนห้องน้ำรองรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.16)ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.12)สถานที่ทำการสะอาด กว้างขวาง และเป็นระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.11)ระบบการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในตัวอาคารมีอุณหภูมิที่พอเหมาะ อากาศเย็นสบาย ไม่รู้สึกร้อนอึดอัด (ค่าเฉลี่ย 2.96) และป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.86) มีอุปกรณ์ และเครื่องมือที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.17)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.56	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	3.60	มาก	1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.44	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.37	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.27	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.22	ปานกลาง	7

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
รุ่นรถจักรยานยนต์ของร้านไม่มีความหลากหลาย	22	7.3
รถจักรยานยนต์ของร้านไม่มีคุณภาพ	2	0.7
ไม่สามารถหารถจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้านได้	27	9.0
ไม่มีการดูแลรถจักรยานยนต์หลังการขาย	6	2.0
ร้านไม่มีชื่อเสียง และไม่น่าเชื่อถือ	11	3.7
การอนุมัติวงเงินสินเชื่อต่ำ และยอดจัดไฟแนนซ์ไม่เหมาะสมหรือตรงตามความต้องการ	8	2.7
อัตราดอกเบี้ยไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	12	4.0
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ (ค่าโอนรถจักรยานยนต์ ค่าทำพ.ร.บ. ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ไม่เหมาะสม	11	3.7
อัตราค่าปรับในการผิดนัดชำระค่างวดรายเดือน ไม่เหมาะสม	30	10.0
ไม่สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้	8	2.7
มีระยะเวลาในการผ่อนชำระให้เลือกน้อย ไม่เหมาะสม	20	6.7
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ไกลเขตชุมชน อีกทั้งไป-มาไม่สะดวก	7	2.3
สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่สะดวก	15	5.0
ไม่สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์ของร้านได้	19	6.3
ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เช่น แคนเตอร์ธนาคาร ส่งพนักงานร้านไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือธนาคารกรุงไทย เป็นต้น	57	19.0
ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการของร้านไม่เหมาะสม (8.30 – 17.00 น.)	8	2.7

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ขาดการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน ใบปลิว ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง เป็นต้น	36	12.0
ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน	59	19.7
ไม่มีการแจกของชำร่วย หรือของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลปีใหม่ ออกบูธตามงานต่างๆ เป็นต้น	20	6.7
ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า	56	18.7
ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน เป็นต้น	6	2.0
พนักงานสินเชื่อขาดความชำนาญ และ ไม่มีความรู้หรือไม่มีความสามารถ ในสิ่งที่ให้บริการ	4	1.3
พนักงานสินเชื่อขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า	9	3.0
พนักงานไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้ หรือมีความล่าช้าและผิดพลาด	7	2.3
พนักงานไม่ตรงต่อเวลาในการบริการ หรือผิดนัด	19	6.3
ไม่มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน- หลัง	28	9.3
หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อ ไม่เหมาะสม หรือมากเกินไป	9	3.0
การประเมินวงเงินสินเชื่อ ล่าช้าและไม่เหมาะสม ไม่ตรงตามความต้องการ	9	3.0
ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำ สัญญายุ่งยาก และไม่มีความยืดหยุ่น	3	1.0
ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ ล่าช้า และไม่ตรงตามความต้องการ	14	4.7
ไม่มีการแจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงกำหนดชำระค่างวด	12	4.0

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ทำการสกปรก คับแคบ และไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย	15	5.0
ไม่มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	34	11.3
ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการของร้าน สกปรก	9	3.0
ภายในอาคารและบริเวณรับบริการตกแต่ง ไม่เหมาะสม หรือไม่สวยงาม	13	4.3
ป้ายชื่อร้านที่ไม่สามารถมองเห็น ได้อย่างชัดเจน	37	12.3
พนักงานของร้านแต่งกายไม่เหมาะสม และไม่ใส่ชุดฟอร์มของร้าน	29	9.7
ระบบรักษาความปลอดภัยของร้าน ไม่เหมาะสม	20	6.7
อื่น ๆ	10	3.3
ไม่พบปัญหา	186	62.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ วงเงินที่ได้ไม่ได้ตามที่ขอ (5 ราย) ไม่สามารถส่งรถจักรยานยนต์รุ่นก่อนได้ (3 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (2 ราย)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน (ร้อยละ 19.7) รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ส่งพนักงานร้านไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น (ร้อยละ 19.0) และ ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า (ร้อยละ 18.7) ตามลำดับ



### ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ (5 ราย)
- ควรมีที่จอดรถให้กับลูกค้าของร้านด้วย (5 ราย)
- ควรจัดห้องรับรองลูกค้าขอสินเชื่ออย่างเป็นทางการเป็นกิจลักษณะ (4 ราย)
- ควรอธิบายรายละเอียดหรือข้อมูลของสินเชื่อเช่าซื้อ รถจักรยานยนต์แต่ละแบบให้มากกว่านี้ โดยควรประเมินจากความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าเป็นหลัก (4 ราย)
- ควรติดอัตราดอกเบี้ยลดพิเศษให้กับลูกค้าที่เคยซื้อ รถจักรยานยนต์กับห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ หรือ เป็นลูกค้าชั้นดีของกิจการด้วย (3 ราย)
- ควรมีห้องน้ำไว้ให้บริการลูกค้าด้วย (3 ราย)
- ช่องบริการหน้าเคาน์เตอร์มีน้อยเกินไป (2 ราย)
- ควรจัดทำเว็บไซต์หรือ Facebook ของสาขาอย่างเป็นทางการเพื่อให้พนักงานสามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (2 ราย)
- ควรจัดตู้เอทีเอ็ม (A.T.M.) หน้าร้าน เพิ่มขึ้นด้วย (1 ราย)

### ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและปัญหา จำแนกตาม สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้จะจำแนกสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าใหม่ หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการเช่าซื้อรถจักรยานยนต์กับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์เป็นครั้งแรก
2. กลุ่มลูกค้าเก่า หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการเช่าซื้อรถจักรยานยนต์กับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

เพศ	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	61	67.03	147	70.33
หญิง	30	32.97	62	29.67
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.28 พบว่า เพศของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ ที่เข้าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพศชาย ร้อยละ 67.03 และเพศหญิง ร้อยละ 32.97

และ เพศของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เข้าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ เพศชาย ร้อยละ 70.33 และ เพศหญิง ร้อยละ 29.67

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

อายุ	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	1	1.10	4	1.91
21 – 30 ปี	9	9.89	12	5.74
31 – 40 ปี	33	36.26	90	43.06
41 – 50 ปี	28	30.77	62	29.67
50 ปีขึ้นไป	20	21.98	41	19.62
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.29 พบว่า อายุ ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ ที่เข้าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ 31 – 40 ปี ร้อยละ 36.26 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี ร้อยละ 30.77 และ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 21.98 ตามลำดับ

และอายุของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ ที่เข้าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ 31 – 40 ปี ร้อยละ 43.06 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี ร้อยละ 29.67 และ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อบ้านส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

อาชีพ	ลูก้าใหม่		ลูก้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00	7	3.35
ข้าราชการ	4	4.40	12	5.74
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	14.29	27	12.92
พนักงานบริษัทเอกชน	17	18.68	41	19.62
ธุรกิจส่วนตัว	13	14.29	36	17.22
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	3.30	12	5.74
เกษตรกร/หัตถกรรม	37	40.66	70	33.49
อื่นๆ	4	4.40	4	1.91
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ (5 ราย),ว่างงาน (1 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า อาชีพ ของลูก้าใหม่ส่วนใหญ่ ที่เช่าซื้อบ้าน ส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ เกษตรกร/หัตถกรรม ร้อยละ 40.66 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 18.68 และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

และอาชีพของลูก้าเก่าส่วนใหญ่ ที่เช่าซื้อบ้าน ส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ เกษตรกร/หัตถกรรม ร้อยละ 33.49 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 19.62 และ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 17.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	9	9.89	21	10.05
10,000 – 15,000 บาท	24	26.37	51	24.40
15,001 – 20,000 บาท	31	34.07	77	36.84
20,001 – 25,000 บาท	14	15.38	31	14.83
25,001 – 30,000 บาท	9	9.89	20	9.57
30,000 บาทขึ้นไป	4	4.40	9	4.31
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.31 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ ที่เข้าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 36.84 รองลงมาคือ 10,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 24.40 และ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 14.83 ตามลำดับ

และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ ที่เข้าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 34.07 รองลงมาคือ 10,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 26.37 และ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2	2.20	7	3.35
5,001 – 10,000 บาท	17	18.68	38	18.18
10,001 – 15,000 บาท	20	21.98	48	22.97
15,001 – 20,000 บาท	48	52.75	101	48.33
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	4	4.40	15	7.18
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.32 พบว่า วงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ที่เคยเช่าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 52.75 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 21.98 และ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 18.68 ตามลำดับ

และวงเงินสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 22.97 และ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่น และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่น	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	91	100.00	139	66.51
เคย	0	0.00	70	33.49
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.33 พบว่า การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ กับ สถาบันการเงินอื่น นอกเหนือจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่เคยใช้บริการ

และ การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์กับสถาบันการเงินอื่น นอกเหนือจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 66.51 และ เคยใช้บริการ ร้อยละ 33.49

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการ และสถานภาพของลูกค้าที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วน จำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ	59	64.84	128	61.24
ความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์	23	25.27	54	25.84
คุณภาพของรถจักรยานยนต์	9	9.89	21	10.05

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วน จำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีรถจักรยานยนต์ที่มีตราฮีโร่เป็นที่รู้จักไว้ จำหน่าย	30	32.97	73	34.93
เงื่อนไช ระเบียบ และขั้นตอนในการทำสัญญา มีความยืดหยุ่น	3	3.30	21	10.05
อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อ เปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	33	36.26	94	44.98
ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม เมื่อ เปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	17	18.68	42	20.10
มีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย	4	4.40	10	4.78
มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ แผ่น ประกาศ เป็นต้น	2	2.20	1	0.48
พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ ความสามารถในสิ่งที่ให้บริการ	7	7.69	16	7.66
พนักงานสินเชื่อมีจำนวนมากเพียงพอในการ ให้บริการ	10	10.99	14	6.70
สถานที่ทำการสะอาด กว้างขวาง และเป็น ระเบียบเรียบร้อย	5	5.49	11	5.26
มีความโปร่งใสในการอนุมัติสินเชื่อ	16	17.58	35	16.75
พนักงานของร้านแต่งกายสุภาพเหมาะสม และ ใส่ชุดฟอร์มของร้าน	10	10.99	20	9.57
อื่นๆ	0	0.00	5	2.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย โดยแบ่งเป็น ผู้ซื้อเป็นครั้งแรก 91 ราย และ ผู้ซื้อ  
2 ครั้ง ขึ้นไป 209 ราย

อื่นๆ ได้แก่ คนรู้จักแนะนำ (3 คน) และ การให้คำปรึกษาที่ดี (2 คน)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า สาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ ที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 64.84 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ ร้อยละ 36.26 และมีรถจักรยานยนต์ที่มีตราหือเป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย ร้อยละ 32.97 ตามลำดับ

และสาเหตุในการเลือกใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจการมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 61.24 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ ร้อยละ 44.98 และมีรถจักรยานยนต์ที่มีตราหือเป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย ร้อยละ 34.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัด เชียงใหม่	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการแน่นอน	56	61.54	133	63.64
อาจจะมาใช้บริการ	31	34.07	66	31.58
ไม่มาใช้บริการแน่นอน	4	4.40	10	4.78
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ ที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ มาใช้บริการแน่นอน ร้อยละ 61.54 รองลงมาคือ อาจจะมาใช้บริการ ร้อยละ 34.07 และ ไม่มาใช้บริการแน่นอน ร้อยละ 4.40 ตามลำดับ



และ ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัด เชียงใหม่ ของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ มาใช้บริการแน่นอน ร้อยละ 63.64 รองลงมาคือ อาจจะมาใช้บริการ ร้อยละ 31.58 และ ไม่มาใช้ บริการแน่นอน ร้อยละ 4.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นในการแนะนำ เพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นในการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้ มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	50	54.95	122	58.37
ยังไม่แน่ใจ	34	37.36	74	35.41
ไม่แนะนำ	7	7.69	13	6.22
<b>รวม</b>	<b>91</b>	<b>100.00</b>	<b>209</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ความคิดเห็นในการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้าง หุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ที่เคยเข้าซื้อกับ ห้าง หุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 54.95 รองลงมาคือ ยัง ไม่แน่ใจ ร้อยละ 37.36 และ ไม่แนะนำ ร้อยละ 7.69 ตามลำดับ

และ ความคิดเห็นในการแนะนำเพื่อน/คนรู้จัก ให้มาใช้บริการกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็ก พาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เข้าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิ ชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ แนะนำแน่นอน ร้อยละ 58.37 รองลงมาคือ ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 35.41 และ ไม่แนะนำ ร้อยละ 6.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รุ่นรถจักรยานยนต์ของร้านไม่มีความหลากหลาย	10	11.0	12	5.7
รถจักรยานยนต์ของร้านไม่มีคุณภาพ	1	1.1	1	0.5
ไม่สามารถหารถจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้านได้	10	11.0	17	8.1
ไม่มีการดูแลรถจักรยานยนต์หลังการขาย	1	1.1	5	2.4
ร้านไม่มีชื่อเสียง และไม่น่าเชื่อถือ	2	2.2	9	4.3
การอนุมัติวงเงินสินเชื่อล่าช้า และขอค้ำไฟแนนซ์ไม่เหมาะสมหรือตรงตามความต้องการ	0	0.0	8	3.8
อัตราดอกเบี้ยไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์อื่น ๆ	2	2.2	10	4.8
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ (ค่าโอนรถจักรยานยนต์ ค่าทำพ.ร.บ. ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ไม่เหมาะสม	3	3.3	8	3.8
อัตราค่าปรับในการผิดนัดชำระค่าวงรายเดือน ไม่เหมาะสม	6	6.6	24	11.5
ไม่สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้	3	3.3	5	2.4
มีระยะเวลาในการผ่อนชำระให้เล็กลง ไม่เหมาะสม	5	5.5	15	7.2
ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ไกลเขตชุมชน อีกทั้งไป-มาไม่สะดวก	1	1.1	6	2.9
สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่สะดวก	4	4.4	11	5.3

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัญหา	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์ของร้านได้	5	5.5	14	6.7
ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เช่น เคา์เตอร์ธนาคาร ส่งพนักงานร้านไปรับชำระที่บ้าน , โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น	20	22.0	37	17.7
ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการของร้านไม่เหมาะสม (8.30 – 17.00น.)	2	2.2	6	2.9
ขาดการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน ใบปลิว ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เป็นต้น	11	12.1	25	12.0
ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน	21	23.1	38	18.2
ไม่มีการแจกของชำร่วย หรือของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลปีใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็นต้น	8	8.8	12	5.7
ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า	16	17.6	40	19.1
ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย , การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน เป็นต้น	2	2.2	4	1.9
พนักงานสินเชื่อขาดความชำนาญ และ ไม่มีความรู้ หรือไม่มีความสามารถในสิ่งที่ให้บริการ	0	0.0	4	1.9
พนักงานสินเชื่อขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า	5	5.5	4	1.9

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัญหา	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้ หรือมีความล่าช้าและผิดพลาด	2	2.2	5	2.4
พนักงานไม่ตรงต่อเวลาในการบริการ หรือผิดนัด	7	7.7	12	5.7
ไม่มีการจัดระบบคิวการรับบริการก่อน- หลัง	5	5.5	23	11.0
หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอสินเชื่อ ไม่เหมาะสมหรือมากเกินไป	2	2.2	7	3.3
การประเมินวงเงินสินเชื่อ ล่าช้าและไม่เหมาะสม ไม่ตรงตามความต้องการ	4	4.4	5	2.4
ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำ สัญญายุ่งยาก และไม่มีคามยืดหยุ่น	1	1.1	2	1.0
ระยะเวลาในการยื่นและรอการอนุมัติสินเชื่อ ล่าช้า และไม่ตรงตามความต้องการ	3	3.3	11	5.3
ไม่มีการแจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึงกำหนดชำระค่างวด	5	5.5	7	3.3
สถานที่ทำการสกปรก คับแคบ และไม่เป็นระเบียบ เรียบร้อย	2	2.2	13	6.2
ไม่มีที่ให้นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	9	9.9	25	12.0
ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการของร้าน สกปรก	4	4.4	5	2.4
ภายในอาคารและบริเวณรับบริการตกแต่ง ไม่เหมาะสม หรือไม่สวยงาม	6	6.6	7	3.3
ป้ายชื่อร้านที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน	13	14.3	24	11.5
พนักงานของร้านแต่งกายไม่เหมาะสม และไม่ใส่ชุดฟอร์มของร้าน	5	5.5	24	11.5

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัญหา	ลูกค้าใหม่		ลูกค้าเก่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบรักษาความปลอดภัยของร้าน ไม่เหมาะสม	4	4.4	16	7.7
อื่น ๆ	2	2.2	8	3.8
ไม่พบปัญหา	58	63.7	128	61.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย โดยแบ่งเป็น ผู้ซื้อเป็นครั้งแรก 91 ราย และ ผู้ซื้อ 2 ครั้ง ขึ้นไป 209 ราย

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัญหาของลูกค้าใหม่ส่วนใหญ่ที่เคยเช่าซื้อกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน ร้อยละ 23.1 รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ส่งพนักงานร้านไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น ร้อยละ 22.0 และ ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า ร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

และปัญหาของลูกค้าเก่าส่วนใหญ่ที่เช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ คือ ไม่มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำร้านแก่ลูกค้า ร้อยละ 19.1 รองลงมาคือ ไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน ร้อยละ 18.2 และ ไม่สามารถชำระค่างวดผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ส่งพนักงานร้านไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น ร้อยละ 17.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ยกยอนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเช่าซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

สมมติฐานที่ 1

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้ำเก่าและลูกค้ำใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ  $\alpha$  ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้ำเก่าและลูกค้ำใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้ำเก่าและลูกค้ำใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
ความหลากหลายของรุ่นรถจักรยานยนต์	ลูกค้าใหม่	91	4.45	1.003	0.208
	ลูกค้าเก่า	209	4.60	0.899	
คุณภาพของรถจักรยานยนต์	ลูกค้าใหม่	91	3.57	1.117	0.365
	ลูกค้าเก่า	209	3.70	1.114	
ความสามารถในหารถจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้าน เช่น แบบหรือลายของรถจักรยานยนต์ที่หาได้ยาก เป็นต้น	ลูกค้าใหม่	91	3.92	0.957	0.039*
	ลูกค้าเก่า	209	3.66	1.107	
ความสวยงามของสีสนและลวดลายของรถจักรยานยนต์ที่ทางร้านมีให้เลือก	ลูกค้าใหม่	91	3.43	1.407	0.238
	ลูกค้าเก่า	209	3.63	1.257	
มีการดูแลรถจักรยานยนต์หลังการขายของทางร้าน	ลูกค้าใหม่	91	2.70	0.876	0.397
	ลูกค้าเก่า	209	2.80	0.908	
มีรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	ลูกค้าใหม่	91	3.16	1.098	0.031*
	ลูกค้าเก่า	209	2.88	0.948	
ร้านจัดส่งรถจักรยานยนต์ ถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้	ลูกค้าใหม่	91	3.54	1.158	0.242
	ลูกค้าเก่า	209	3.36	1.202	
มีการอธิบายรายละเอียดและวิธีดูแลรักษารถจักรยานยนต์	ลูกค้าใหม่	91	2.54	0.981	0.239
	ลูกค้าเก่า	209	2.68	0.939	

หมายเหตุ: \*  $p < 0.05$

ตารางที่ 4.38 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
มีรถจักรยานยนต์ที่มีตราฮีโร่เป็นที่รู้จักไว้จำหน่าย	ลูกค้าใหม่	91	3.85	1.032	0.943
	ลูกค้าเก่า	209	3.84	0.967	
ความเพียงพอของจำนวนรถจักรยานยนต์แต่ละรุ่น	ลูกค้าใหม่	91	3.12	0.841	0.958
	ลูกค้าเก่า	209	3.11	0.944	
ร้านมีชื่อเสียงมานาน และมีที่น่าเชื่อถือ	ลูกค้าใหม่	91	4.60	0.697	0.849
	ลูกค้าเก่า	209	4.62	0.750	
การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัดไฟแนนซ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการ เช่น มีงวดการชำระเงินให้เลือกหลากหลาย เป็นต้น	ลูกค้าใหม่	91	3.92	0.859	0.254
	ลูกค้าเก่า	209	3.79	0.976	

การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถในการหารถจักรยานยนต์ตามรุ่นที่ลูกค้าต้องการของทางร้าน เช่น แบบหรือลายของรถจักรยานยนต์ที่หาได้ยาก เป็นต้น และมีรถจักรยานยนต์ รูปแบบใหม่ ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งน้อยกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



## ปัจจัยด้านราคา

### สมมติฐานที่ 2

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านราคาแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านราคา แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อบัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับไฟแนนซ์ อื่นๆ	ลูกค้าใหม่	91	4.71	0.793	0.687
	ลูกค้าเก่า	209	4.67	0.778	
อัตราค่าธรรมเนียมในการ ให้บริการ (ค่าโอน รถจักรยานยนต์ ค่าทำพ.ร.บ. ค่าทำสัญญา และค่าธรรมเนียม อื่นๆ) มีความเหมาะสม	ลูกค้าใหม่	91	4.29	0.602	0.223
	ลูกค้าเก่า	209	4.19	0.622	
อัตราค่าปรับในการผิดนัด ชำระค่าวงจรายเดือน มีความ เหมาะสม	ลูกค้าใหม่	91	3.14	0.926	0.695
	ลูกค้าเก่า	209	3.19	1.010	
มีส่วนลดเหมาะสมในกรณีที่มี การปิดบัญชีก่อนกำหนดของ สัญญา	ลูกค้าใหม่	91	2.26	0.814	0.373
	ลูกค้าเก่า	209	2.18	0.667	
สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยได้	ลูกค้าใหม่	91	4.41	1.011	0.750
	ลูกค้าเก่า	209	4.36	1.097	
ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับ ไฟแนนซ์อื่นๆ	ลูกค้าใหม่	91	3.04	0.953	0.149
	ลูกค้าเก่า	209	2.87	0.991	

จากตารางที่ 4.39 การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่ามีค่ามากกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

#### สมมติฐานที่ 3

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่  $H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อบัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
ทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่สามารถเข้าถึงง่ายในการติดต่อรับบริการ	ลูกค้าใหม่	91	4.68	0.801	0.115
	ลูกค้าเก่า	209	4.51	1.029	
มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวก	ลูกค้าใหม่	91	3.79	0.925	0.391
	ลูกค้าเก่า	209	3.89	0.847	
มีห้องรับรองลูกค้า ที่โอโถง มีความสะดวกสบาย	ลูกค้าใหม่	91	2.73	0.870	0.889
	ลูกค้าเก่า	209	2.74	0.961	
สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์ของร้าน	ลูกค้าใหม่	91	2.75	0.950	0.383
	ลูกค้าเก่า	209	2.85	0.800	
มีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย เช่น ชำระเงินที่เคาน์เตอร์ร้าน, ส่งพนักงานไปรับชำระที่บ้าน, โอนเงิน, ธนาคารกรุงเทพ หรือธนาคารกรุงไทย เป็นต้น	ลูกค้าใหม่	91	2.16	0.820	0.673
	ลูกค้าเก่า	209	2.21	0.747	
ระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ ตั้งแต่ 8.30 – 17.00 ของร้านเหมาะสม	ลูกค้าใหม่	91	4.54	0.898	0.517
	ลูกค้าเก่า	209	4.46	0.920	

จากตารางที่ 4.40 การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ามีมากกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

##### สมมติฐานที่ 4

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ความสำเร็จ 95% หรือ  $\alpha$  ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.41 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน ใบปลิว ป้าย โฆษณากลางแจ้ง เป็นต้น	ลูกค้าใหม่	91	3.48	1.149	0.216
	ลูกค้าเก่า	209	3.66	1.128	
มีการทำการประชาสัมพันธ์ ผ่าน การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ราคาถูกพิเศษสำหรับลูกค้า แจก ทุนการศึกษาสำหรับนักเรียน ด้อยโอกาส เป็นต้น	ลูกค้าใหม่	91	3.70	0.925	0.080
	ลูกค้าเก่า	209	3.90	0.793	
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและ รายละเอียดการให้บริการแต่ละ ประเภทของร้าน	ลูกค้าใหม่	91	2.30	0.796	0.865
	ลูกค้าเก่า	209	2.28	0.940	
มีการแจกของที่ระลึกใน เทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปี ใหม่ ออกบู๊ตตามงานต่างๆ เป็น ต้น	ลูกค้าใหม่	91	4.54	0.958	0.651
	ลูกค้าเก่า	209	4.59	0.845	
มีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำ ร้านแก่ลูกค้า	ลูกค้าใหม่	91	2.12	0.697	0.172
	ลูกค้าเก่า	209	2.00	0.616	

ตารางที่ 4.41 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย, การ ไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน เป็นต้น	ลูกค้าใหม่	91	4.40	1.094	0.158
	ลูกค้าเก่า	209	4.57	0.923	
แจกแผ่นพับรายละเอียดของการ บริการประเภทต่างๆ อย่าง ชัดเจน	ลูกค้าใหม่	91	2.82	0.926	0.615
	ลูกค้าเก่า	209	2.88	0.872	
แผ่นพับการบริการวางใน ตำแหน่งที่สามารถหยิบได้ สะดวก	ลูกค้าใหม่	91	3.47	1.285	0.460
	ลูกค้าเก่า	209	3.59	1.234	

จากตารางที่ 4.41 การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ย ของ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีค่ามากกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ปัจจัยด้านบุคลากร

### สมมติฐานที่ 5

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.42 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อ รดจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อบัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน รดจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
พนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ ความสามารถใน สิ่งที่ให้บริการ	ลูกค้าใหม่	91	3.44	1.046	0.017*
	ลูกค้าเก่า	209	3.75	1.009	
พนักงานสินเชื่อมีความพร้อม ที่จะให้ บริการตลอดเวลา	ลูกค้าใหม่	91	3.55	1.204	0.476
	ลูกค้าเก่า	209	3.44	1.224	
พนักงานสินเชื่อมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า	ลูกค้าใหม่	91	4.59	0.745	0.531
	ลูกค้าเก่า	209	4.52	0.976	
พนักงานสินเชื่อมีความรวดเร็ว ในการให้บริการ	ลูกค้าใหม่	91	3.74	1.042	0.256
	ลูกค้าเก่า	209	3.58	1.124	
พนักงานสินเชื่อมีจำนวน เพียงพอในการให้บริการ	ลูกค้าใหม่	91	2.08	0.654	0.080
	ลูกค้าเก่า	209	1.95	0.557	
พนักงานรักษาผลประโยชน์ ของลูกค้าโดยการแจ้งให้ทราบ ถึงรายละเอียดที่พึงรักษาไว้	ลูกค้าใหม่	91	3.82	0.864	0.716
	ลูกค้าเก่า	209	3.78	0.864	
พนักงานรักษาความลับของ ลูกค้าเป็นอย่างดี	ลูกค้าใหม่	91	2.74	0.867	0.446
	ลูกค้าเก่า	209	2.82	0.921	

หมายเหตุ: \*  $p < 0.05$

ตารางที่ 4.42 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อ รถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อบัณฑิตด้านบุคลากร (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
พนักงานสามารถช่วย แก้ปัญหาลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว	ลูกค้าใหม่	91	4.29	0.637	0.682
	ลูกค้าเก่า	209	4.25	0.618	
ความตรงต่อเวลาในการบริการ ของพนักงาน	ลูกค้าใหม่	91	2.21	0.768	0.971
	ลูกค้าเก่า	209	2.21	0.628	

จากตารางที่ 4.42 การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานสินเชื่อมีความชำนาญ และ มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ซึ่งน้อยกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อด้านบุคลากร แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

#### ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

#### สมมติฐานที่ 6

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.43 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
มีการจัดระบบคิวการรับบริการ ก่อน- หลัง	ลูกค้าใหม่	91	2.25	0.914	0.224
	ลูกค้าเก่า	209	2.12	0.623	
หลักฐานที่ใช้ประกอบการขอ สินเชื่อ มีความเหมาะสม ไม่มาก จนเกินไป	ลูกค้าใหม่	91	3.95	0.848	0.465
	ลูกค้าเก่า	209	3.86	0.938	
การประเมินวงเงินสินเชื่อ มี ความรวดเร็วและเหมาะสมตรง ความต้องการ	ลูกค้าใหม่	91	3.57	1.222	0.535
	ลูกค้าเก่า	209	3.47	1.267	
ระเบียบ ขั้นตอนการทำ สัญญา สะดวก ไม่ยุ่งยาก มีความ ยืดหยุ่น	ลูกค้าใหม่	91	3.46	1.195	0.453
	ลูกค้าเก่า	209	3.57	1.121	
ระยะเวลาในการยื่นและรอการ อนุมัติสินเชื่อ รวดเร็วตรงความ ต้องการ	ลูกค้าใหม่	91	3.85	0.988	0.387
	ลูกค้าเก่า	209	3.74	1.011	
มีความรวดเร็วในการคำนวณ อัตราดอกเบี้ย และค่างวด	ลูกค้าใหม่	91	3.62	1.200	0.726
	ลูกค้าเก่า	209	3.56	1.134	
มีระบบการให้บริการที่ได้ มาตรฐาน	ลูกค้าใหม่	91	2.77	1.055	0.474
	ลูกค้าเก่า	209	2.86	0.929	
ร้านมีการแจ้งเตือนลูกค้า เมื่อถึง กำหนดชำระค่างวด	ลูกค้าใหม่	91	2.92	1.147	0.466
	ลูกค้าเก่า	209	3.02	1.081	
การให้บริการไม่ซับซ้อน เข้าใจ ง่าย	ลูกค้าใหม่	91	3.18	0.950	0.773
	ลูกค้าเก่า	209	3.14	0.865	

จากตารางที่ 4.43 พบว่า การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ย ของ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีมากกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

#### ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

##### สมมติฐานที่ 7

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

##### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อ รถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
สถานที่ทำการสะอาด กว้างขวาง และเป็นระเบียบ เรียบร้อย	ลูกค้าใหม่	91	3.07	0.800	0.571
	ลูกค้าเก่า	209	3.13	0.924	
มีอุปกรณ์ และเครื่องมือที่ ทันสมัย	ลูกค้าใหม่	91	2.64	0.949	0.198
	ลูกค้าเก่า	209	2.78	0.891	
มีที่นั่งรอรอเพียงพอกับลูกค้า ที่มาใช้บริการ	ลูกค้าใหม่	91	2.14	0.676	0.634
	ลูกค้าเก่า	209	2.19	0.752	
ความสะอาดของห้องน้ำที่จัด ไว้ให้บริการของร้าน	ลูกค้าใหม่	91	3.11	0.994	0.934
	ลูกค้าเก่า	209	3.12	0.915	
จำนวนห้องน้ำรองรับบริการ ลูกค้าอย่างเพียงพอ	ลูกค้าใหม่	91	3.07	0.964	0.245
	ลูกค้าเก่า	209	3.21	0.951	
ภายในตัวอาคาร หรือบริเวณ เคาน์เตอร์รับบริการมีแสง สว่างเพียงพอ	ลูกค้าใหม่	91	3.69	0.891	0.092
	ลูกค้าเก่า	209	3.89	0.918	
ภายในอาคารและบริเวณรับ บริการตกแต่งด้วยสีเย็นตา ให้ ความรู้สึกที่สดชื่นในการมารับ บริการ	ลูกค้าใหม่	91	4.22	0.629	0.668
	ลูกค้าเก่า	209	4.25	0.626	
ระบบการติดตั้ง เครื่องปรับอากาศภายในตัว อาคารมีอุณหภูมิที่พอเหมาะ อากาศเย็นสบาย ไม่รู้สึกอึดอัด	ลูกค้าใหม่	91	2.98	1.085	0.848
	ลูกค้าเก่า	209	2.95	1.073	

ตารางที่ 4.44 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อรถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวนรถจักรยานยนต์ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
ป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน	ลูกค้าใหม่	91	2.92	0.957	0.420
	ลูกค้าเก่า	209	2.83	0.864	
พนักงานของร้านแต่งกายสุภาพเหมาะสม และใส่ชุดฟอร์มของร้าน	ลูกค้าใหม่	91	3.68	1.021	0.954
	ลูกค้าเก่า	209	3.69	1.071	
ระบบรักษาความปลอดภัยของร้านมีความเหมาะสม	ลูกค้าใหม่	91	3.51	1.187	0.602
	ลูกค้าเก่า	209	3.58	1.195	

จากตารางที่ 4.44 พบว่า การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัยย่อย มีค่ามากกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

### สมมติฐานที่ 8

ผู้ทำการศึกษาเชื่อว่า ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบ ณ ความเชื่อมั่น 95% หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### สมมติฐานในการทดสอบค่าเฉลี่ย

$H_0$ : ระดับความพึงพอใจต่อบริการไม่แตกต่างกันระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่

$H_1$ : ระดับความพึงพอใจต่อบริการแตกต่างกันระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.45 ค่าทางสถิติทั่วไป และการทดสอบค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อ รถจักรยานยนต์กับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาด บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	จำนวน รถจักรยานยนต์ ที่เคยซื้อ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลูกค้าใหม่	1092	3.57	1.179	0.787
	ลูกค้าเก่า	2508	3.56	1.177	
ปัจจัยด้านราคา	ลูกค้าใหม่	546	3.64	1.229	0.306
	ลูกค้าเก่า	1254	3.58	1.255	
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ลูกค้าใหม่	546	3.44	1.297	0.995
	ลูกค้าเก่า	1254	3.44	1.257	
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ลูกค้าใหม่	728	3.35	1.295	0.170
	ลูกค้าเก่า	1672	3.43	1.303	
ปัจจัยด้านบุคลากร	ลูกค้าใหม่	819	3.38	1.210	0.746
	ลูกค้าเก่า	1881	3.37	1.226	
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ลูกค้าใหม่	819	3.28	1.182	0.633
	ลูกค้าเก่า	1881	3.26	1.132	
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ลูกค้าใหม่	1001	3.18	1.077	0.184
	ลูกค้าเก่า	2299	3.24	1.086	

จากตารางที่ 4.45 การทดสอบค่าเฉลี่ยโดย t-test ค่า Sig. ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมากกว่าค่าที่กำหนดคือ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ที่ว่า ระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ระหว่างลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ของห้างหุ้นส่วน จำกัดเล็กพาณิชย์ (9999) จังหวัดเชียงใหม่