

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ ของบริษัทนัมซี่เส็งลิซซิ่ง จำกัด ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อและปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท นัมซี่เส็งลิซซิ่ง จำกัด โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ จำนวน 378 ราย จากแต่ละสาขาที่ให้บริการ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยสามารถอธิบายผลการศึกษาค้างต่อไป

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อค้นพบจากการศึกษา
- 5.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา
- 5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาค้างนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท นัมซี่เส็งลิซซิ่ง จำกัด และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท นัมซี่เส็งลิซซิ่ง จำกัด โดยทำการศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์และสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ที่มีจำนวนประมาณ 31,197 ราย ทำการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกได้จำนวนตัวอย่าง 485 ราย ผลการศึกษาค้างสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.8 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.2 ส่วนใหญ่สถานภาพสมรส ร้อยละ 52.4 และโดยเฉลี่ยมีบุตร 2 คนมีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย ร้อยละ 41.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5

ส่วนใหญ่ประเภทของทรัพย์สินที่ผู้ตอบแบบสอบถามนำมาค้ำยืม คือ รถจักรยานยนต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 โดยวงเงินสินเชื่อมียอดน้อยกว่า 50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 64.9 ส่วนใหญ่ระยะเวลาการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ 12 งวด ร้อยละ 46.4 โดยวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อทำธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.1

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสถาบันการเงินอื่น ๆ ร้อยละ 100 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่คิดที่จะย้ายไปใช้บริการกู้ยืมเงินกับสถาบันการเงินอื่น มากที่สุด ร้อยละ 79.6 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 99 คน หรือร้อยละ 20.4 คิดที่จะย้ายไปใช้บริการกู้ยืมเงินกับสถาบันการเงินอื่น โดยส่วนใหญ่เห็นว่าสถาบันการเงินอื่นอนุมัติวงเงินกู้ให้สูงกว่าและเสนออัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 20.4

5.1.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทนัมซี่เส็งลิสซิ่ง จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท นัมซี่เส็งลิสซิ่ง จำกัด ในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางต่อประเภทสินเชื่อหลากหลาย ตรงกับความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับมากต่อการอนุมัติจำนวนวงเงินให้กู้ตามความต้องการ และมีระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย ส่วนหากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระเงินค่างวดล่าช้า มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับมากต่อการที่บริษัทมีการช่วยเหลือหรือผ่อนผันเรื่องค่างวด และมีขั้นตอนในการดำเนินการที่เหมาะสม

ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การมีส่วนลดดอกเบี้ยให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนด และการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการขอกู้เงินหรือการบริการต่อภาษีรถและพ.ร.บ.

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่และทำเลที่ตั้งของบริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางต่อจำนวนสาขาที่มาก และสะดวกต่อการใช้บริการและมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับมากต่อสถานที่ตั้งของบริษัทที่อยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับมาก ต่อการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ ที่มีมากพอให้ลูกค้ารู้จัก และมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางต่อการแจกของชำร่วยหรือของที่ระลึกในเทศกาลที่สำคัญ การที่มีพนักงานออกไปติดต่อ

แนะนำบริษัทแก่ลูกค้าและการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การอัตราดอกเบี้ย การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน

ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยระดับมาก ต่อการที่พนักงานมีการให้บริการที่สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและความสามารถ พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานมีความเอาใจใส่ ติดตามลูกค้าเสมอ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และจำนวนพนักงานมีมากเพียงพอต่อการให้บริการ นอกจากนี้หากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชำระเงินค่างวดล่าช้า นั้น มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยระดับปานกลางต่อพนักงานเร่งรัดหนี้สินในการให้บริการที่สุภาพ และพนักงานให้คำแนะนำและความช่วยเหลือที่ถูกต้อง

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยระดับมากต่อขั้นตอนการให้บริการในการอนุมัติเงินกู้ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน รวดเร็ว ขั้นตอนการให้บริการที่ถูกต้อง มีการรักษาความลับของลูกค้า และมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยระดับปานกลางต่อเวลาในการให้บริการสะดวกแก่ลูกค้าในการมาติดต่อ

ด้านหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมและอุปกรณ์ต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ต่อการที่บริษัทมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว บริษัทมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ทัศนคติของ บริษัทมีความใหญ่โตและดูมั่นคง บริษัทมีความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร ภายในบริษัทมีความสะอาด เรียบร้อยและบริษัทมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง

5.1.3 ปัญหาในการให้บริการด้านสินเชื่อเข้าชื่อของบริษัทนัมซี่เส็งลิสซิ่ง จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความเห็นของปัญหาด้านการให้บริการสินเชื่อเข้าชื่อของบริษัท นัมซี่เส็งลิสซิ่ง จำกัด แยกตามหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มีปัญหาได้แก่ การอนุมัติวงเงินกู้ต่ำไป มีประเภทของสินเชื่อน้อย ไม่ตรงกับความต้องการ เมื่อชำระค่างวดล่าช้า หรือค้างชำระ บริษัทไม่มีการช่วยเหลือหรือผ่อนผัน และมีระยะเวลาให้เลือกน้อย ตามลำดับ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มีปัญหาได้แก่ มีส่วนลดน้อยเกินไป

หากมีการปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา ดอกเบี้ยเงินกู้สูงเกินไปและมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการ
ขอกู้เงินหรือการบริการต่อภาษี / พ.ร.บ. รวดสูงเกินไป ตามลำดับ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มี
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มี
ปัญหาได้แก่ สาขาให้บริการมีน้อยเกินไป

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีปัญหา
ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มีปัญหาได้แก่
ขาดการทำกิจกรรมพิเศษเพื่อสังคม ขาดการ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงรูปแบบการ
ให้บริการของบริษัท และขาดการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของบริษัท
ตามลำดับ

ปัญหาด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีปัญหาด้านบุคคล
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มีปัญหาได้แก่ พนักงานไม่มีความเสมอ
ภาคในการให้บริการ และพนักงานไม่ให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาย่างถูกต้องและรวดเร็ว
ตามลำดับ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีปัญหา
ทางด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มีปัญหา
ได้แก่ ขั้นตอนในการให้บริการมีมากเกินไป ซับซ้อนและซ้ำ

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่มีปัญหา
ทางด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ตอบว่ามีปัญหา โดยเรื่องที่มีปัญหา
ได้แก่ ไม่สามารถจ่ายชำระผ่านช่องทางอื่น เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ เซเว่นอีเลเว่น หรืออื่น ๆ
เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการให้บริการไม่ทันสมัย ไม่สะดวก ลำช้า อาคารมีขนาดเล็ก ทำให้ดู
ไม่มั่นคงและบรรยากาศภายในบริษัทไม่ดี ไม่สวยงาม จัดตกแต่งไม่ดี ตามลำดับ

5.1.4 การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปกับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อของ
บริษัท นิมชีเส็งอิสซิ่ง จำกัด หลังเข้ารับบริการ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ
ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ส่วนในรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กัน คือ มีความ
แตกต่างกันทางสถิติ ที่นัยสำคัญระดับ 0.05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกปัจจัย

การศึกษากับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกปัจจัย

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกปัจจัย

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกปัจจัย

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุก ๆ ด้าน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของ บริษัท นิมซ์เส็ง ลิสซิ่ง จำกัด อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) และวรรณกรรมที่ทบทวน ดังนี้

ในด้านข้อมูลทั่วไป พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. มีรายได้เฉลี่ยของบุคคลต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งแตกต่างจากลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ตามการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ที่พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท

ในด้านข้อมูลการกู้ยืมนั้น ทางด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมมีความสอดคล้องกับลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ตามการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ที่พบว่า การกู้ยืมส่วนใหญ่เพื่อทำธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายและกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพียงแห่งเดียว แต่แตกต่างในด้านประเภทของทรัพย์สินที่นำมาค้ำประกันกู้ยืม ยอดวงเงินสินเชื่อและระยะเวลาในการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ ดังนี้ จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท นิมซ์เส็ง ลิสซิ่ง จำกัด ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นทรัพย์สินในการนำมากู้ยืมและมีระยะเวลาในการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ 12 งวด ในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ตามการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้รถยนต์เป็นทรัพย์สินในการนำมากู้ยืม โดยระยะเวลาในการชำระเงินตามสัญญาเช่าซื้อ 36 งวด ส่วนยอดวงเงินสินเชื่อส่วน

ใหญ่อย่างน้อย 50,000 บาท ซึ่งน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ตามการศึกษาของโกวิท มหินชัย (2546) ที่พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีวงเงินสินเชื่อรวม 1,000,000 – 5,000,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 386 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.6 ไม่คิดจะย้ายไปใช้บริการกู้ยืมเงินกับสถาบันการเงินอื่น ๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 คิดจะย้ายไปใช้บริการกู้ยืมเงินกับสถาบันการเงินอื่น ๆ ซึ่งสาเหตุมาจาก สถาบันการเงินอื่นอนุมัติวงเงินสินเชื่อให้สูงกว่าและสถาบันการเงินอื่นเสนออัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ที่ลูกค้าจำนวน 14 รายที่คิดจะย้ายไปใช้บริการสถาบันการเงินอื่น เนื่องมาจากการอนุมัติวงเงินสินเชื่อให้สูงกว่าและการเสนออัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าของสถาบันการเงินอื่น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของ บริษัท นิมชีส์เส็ง ลิสซิ่ง จำกัด ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การศึกษานี้พบว่า การอนุมัติจำนวนวงเงินให้กู้ตามที่ต้องการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่เหมาะสมและหลากหลาย และหากลูกค้ามีการชำระเงินล่าช้า บริษัท มีการช่วยเหลือหรือผ่อนผันเรื่องค้างงวด และบริษัทมีขั้นตอนในการดำเนินการที่เหมาะสมนั้นสร้างความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านประเภทของสินเชื่อมีความหลากหลายนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กวิน พรเลิศ (2546) ที่พบว่า การอนุมัติจำนวนวงเงินให้กู้ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในระดับมาก ส่วนทางด้านประเภทสินเชื่อมีความหลากหลายตรงกับความต้องการและมีการนำเสนอประเภทสินเชื่อใหม่ๆ ออกมาอยู่เสมอสร้างความพึงพอใจในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่า ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมของบริษัท นิมชีส์เส็ง ลิสซิ่ง จำกัด สร้างความพึงพอใจในระดับมากให้แก่ลูกค้า เพราะองค์กรเข้าใจถึงกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสินค้าบริการที่ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ไม่ได้ต้องการที่จะซื้อ “สินค้า” หรือ “บริการ” แต่ต้องการที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อ “ผลประโยชน์และคุณค่าที่เฉพาะเจาะจง” (Specific Benefits and Value) จาก “ข้อเสนอทั้งหมด” (Total offering) ซึ่งบริษัท หรือ องค์กรจะให้บริการที่มีความหลากหลายกับลูกค้าของตน ซึ่งองค์กรจะต้องมีความพร้อมในด้านทรัพยากรและความสามารถขององค์กร กลยุทธ์การวางตำแหน่งขององค์กรและการนำเสนอ บริการของกลุ่มแข่งขัน (ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2545)

2. ด้านราคา การศึกษานี้พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อด้านราคาของบริษัท นิมชีส์เส็ง ลิสซิ่ง จำกัด ทั้งการมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ มีส่วนลดดอกเบี้ยต่ำให้หากปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา และมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการขอกู้เงิน

หรือการบริการต่อภาษีรถและพ.ร.บ. ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) ที่ลูกค้าของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คือนธนาคารและจำนวนเงินผ่อนชำระในแต่ละงวด แต่แตกต่างกันในด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำและการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตามสถานะเศรษฐกิจที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของโกวิท มหินชัย (2546) ที่ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสนป่าตอง มีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านราคาทั้งในด้านอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามสถานะตลาด ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำและค่าธรรมเนียมการประเมินราคาหลักทรัพย์มีความเหมาะสม ส่วนทางด้านระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คือนธนาคารและจำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

การกำหนดราคา เป็นส่วนประสมทางการตลาดของบริการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจการบริการ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับปานกลางแสดงว่าการวางตำแหน่งของสินค้าและบริการโดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่งขั้นของสินค้าและบริการแล้ว ลูกค้ารู้สึกว่าดอกเบี้ยของบริษัทเรียกเก็บอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งต่างกับบริษัทที่เป็นลิสซึ่งเหมือนกันแต่ความพึงพอใจอยู่ในระดับเดียวกับธนาคาร บริษัทอาจจะต้องมีการปรับดอกเบี้ยให้ลดลงหรือเพิ่มระดับการบริการให้สูงมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การศึกษานี้พบว่า การที่บริษัทมีสาขามาก สะดวกต่อการให้บริการนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่การมีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ นั้น สร้างความพึงพอใจในระดับมากต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) ที่จำนวนสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางมาติดต่อ สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการ สะดวกในการติดต่อ เช่น ติดต่อประเมินราคาหลักทรัพย์ค่าประกัน และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ นั้นสร้างความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ 2 ประการทางด้านการจัดจำหน่ายบริการ คือ การเข้าถึงได้และความพร้อมที่จะให้บริการได้ การเข้าถึงได้ หมายถึง ความง่ายและความสะดวกสบายในการซื้อในการใช้หรือในการรับบริการ เนื่องจากบริการมีลักษณะพิเศษที่สำคัญประการหนึ่ง คือการผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องทำให้บริการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ ส่วนด้านความพร้อมที่จะให้บริการได้ หมายถึงระดับความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าที่จะทำให้ลูกค้าสามารถซื้อ ใช้หรือรับบริการได้ ดังนั้นบริการจะต้องพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าในสถานที่และในเวลาที่ลูกค้าต้องการจะใช้บริการเสมอ (ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ทยา, 2545)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด การศึกษานี้พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในด้านการโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ำรู้จักในระดับมาก ส่วนทางด้านมีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำบริษัทแก่ลูกค้ำ การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้ำเก่าและการแจกของชำร่วย หรือของที่ระลึกในเทศกาลที่สำคัญนั้นสร้างความพึงพอใจในระดับปานกลางแก่ลูกค้ำซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของโกวิท มหินชัย (2546) ที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ ส่วนด้านอื่น เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ พนักงานธนาคารออกไปแนะนำและมีปฏิทิน ของขวัญ แจกเพียงพอนั้น สร้างความพึงพอใจในระดับปานกลางแก่ลูกค้ำ

งานบริการเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นบทบาทของการสื่อสารทางการตลาดบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่าง ๆ แก่ลูกค้ำ การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การชักจูงใจให้ลูกค้ำตัดสินใจผลิตภัณฑ์และช่วยเตือนความจำแก่ลูกค้ำนั้น ช่วยทำให้ลูกค้ำเข้าใจถึงบริการได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และยังช่วยให้ข้อมูลกับลูกค้ำถึงบทบาทของลูกค้ำในกระบวนการนำเสนอบริการได้อีกด้วย (ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2545) ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้ำของบริษัท นิมชีเส็งลิสซิ่ง จำกัดนั้นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นทางบริษัทอาจจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในส่วนนี้ให้มากขึ้น

5. ด้านบุคคล การศึกษานี้พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านบุคคลของบริษัทนิมชีเส็งลิสซิ่ง จำกัด ทั้งในส่วนของ การให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องของพนักงาน การให้บริการอย่างเสมอภาคของพนักงาน การให้บริการที่สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและสามารถช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้ลูกค้ำได้อย่างถูกต้องและเร็ว การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยของพนักงาน จำนวนพนักงานมากเพียงพอต่อการให้บริการและการเอาใจใส่ ติดตามลูกค้ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของโกวิท มหินชัย (2546) และชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) ซึ่งลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านบุคคล จะเห็นได้ว่า บริษัทมีการดำเนินงานด้านบุคคลที่สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ในส่วนด้านงานบุคคลที่พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการ โดยทั่วไปลูกค้ำมักจะมองว่าพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานส่วนหน้าเป็นตัวแทนของกิจการและเป็นส่วนหนึ่งของการบริการด้วย ซึ่งงานบริการของธุรกิจลิสซิ่ง เป็นงานที่ลูกค้ำและพนักงานจะมีการติดต่อกันมา ดังนั้นพนักงานก็คือตัวบริการนั่นเอง ดังนั้นธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ส่วนหนึ่งก็มาจากคุณภาพของงานบริการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ การศึกษานี้พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อกระบวนการให้บริการ ที่มีปัจจัยด้านการมีขั้นตอนการให้บริการที่ถูกต้องและการอนุมัติ

เงินกู้ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน รวดเร็วและ มีการรักษาความลับของลูกค้า ส่วนปัจจัยในด้านเวลาในการให้บริการที่สะดวกแก่ลูกค้าในการมาติดต่อ นั้นสร้างความพึงพอใจในระดับปานกลางแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อกระบวนการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด แต่ในขณะที่การศึกษาของโกวิท มหินชัย (2546) และชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อกระบวนการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารไทย ธนาคาร จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากระบบธนาคารมีขั้นตอนในการปล่อยสินเชื่อที่ค่อนข้างยุ่งยากและซับซ้อนกว่าบริษัทลิสซิ่ง ที่มีขนาดเล็ก ที่สามารถบริการได้คล่องตัวกว่า จึงสามารถสร้างความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการได้มากกว่า

7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ การศึกษานี้พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นการมีที่จอดรถที่สะดวก กว้างขวาง บริษัทมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ดีกอาคารของบริษัทมีความใหญ่โตและดูมั่นคง บริษัทมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ภายในบริษัทมีความสะอาด เรียบร้อย และบริษัทมีความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกวิน พรเลิศ (2546) และชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) จะเห็นได้ว่า องค์กรที่มีขนาดเล็กจะสร้างความพึงพอใจในด้านหลักฐานทางกายภาพได้น้อยกว่า ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของโกวิท มหินชัย (2546) ที่ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารที่ใหญ่ มีการจัดระบบการทำงานที่ดี รวมทั้งหลักฐานทางกายภาพที่ดูสะอาด ใหญ่โต สามารถสร้างความพึงพอใจในระดับมากแก่ลูกค้าได้

ส่วนด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ พบว่าในเรื่องเพศของลูกค้า นั้น เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมแล้วเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเดียวกัน คือระดับปานกลาง แต่หากพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแล้ว เพศหญิงมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย และในส่วนราย ปัจจัยย่อยแล้ว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลและด้านกระบวนการให้บริการนั้น เพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก จะเห็นได้ว่า เพศหญิงมีแนวโน้มพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าเพศชาย

ทางด้านอายุ จะเห็นได้ว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านในระดับมาก ในขณะที่ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทนี้ มีชื่อเสียงลิสซิ่ง จำกัดที่มีอายุช่วง 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าอายุระหว่าง 31-40 ปี

และ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน จะเห็นได้ว่า ลูกค้ายี่อายุมากมีแนวโน้มพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมาก

ทางการศึกษา ลูกค้ายี่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาขึ้นไป ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการค่อนข้างมีผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก คือ ทั้งปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลและด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนลูกค้าที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคคลและด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านราคามีผลให้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าที่จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา ซึ่งลูกค้าที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า จะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้น และลูกค้าที่จบปริญญาตรีแล้วไม่มีความพึงพอใจในระดับมากเลย

ทางด้านอาชีพ ลูกค้าที่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านในระดับมาก ส่วนอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เกษตร แม่บ้าน รับจ้างและธุรกิจส่วนตัวซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัทนั้นซึ่งเสี่ยงสูงจึงจำกัดกลับมีความพึงพอใจในระดับปานกลางซึ่งหากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้ว อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้านมีความพึงพอใจรองจากอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา โดยรวมแล้วทุกอาชีพมีความพึงพอใจในด้านราคาน้อยที่สุด

ส่วนด้านรายได้นั้น ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทนั้น มีความพึงพอใจในระดับมากต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยทางด้านบุคคลและกระบวนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในระดับมากของลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จะเห็นได้ว่าลูกค้าที่มีรายได้มากมีแนวโน้มที่มีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อย

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของ บริษัท นิมซ์เส็งลิสซิ่ง จำกัด สามารถเสนอข้อค้นพบจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อมีความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัท นิมซ์เส็งลิสซิ่ง จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยจำแนกได้ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการดังนี้

- ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านหลักฐานทางกายภาพนั้น ลูกคามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคคลและด้านกระบวนการให้บริการนั้น ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย บริษัทมีการช่วยเหลือหรือผ่อนผันเรื่องค่างวด พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้า มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ มากพอให้ลูกค้ารู้จัก และพนักงานมีการให้บริการที่สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จะเห็นได้ว่าปัจจัยย่อยที่ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดนั้น ส่วนใหญ่เป็นด้านพนักงาน แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ มีการอบรมที่ดีแก่พนักงานทำให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดี ทำให้ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมาก

หากพิจารณาปัจจัยย่อยที่ลูกคามีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับหลังได้แก่ การแจกของชำร่วยหรือของที่ระลึกในเทศกาลที่สำคัญ การจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการขอกู้เงินหรือการบริการต่อภาษีรถและพ.ร.บ.ต่ำ การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย การไม่คิดค่าธรรมเนียมบางส่วน การมีพนักงานออกไปติดต่อแนะนำบริษัทแก่ลูกค้าและบริษัทมีความเป็นระเบียบในการจัดวางอุปกรณ์ เอกสาร จะเห็นได้ว่าปัจจัยย่อยที่ลูกคามีความพึงพอใจน้อยที่สุดนั้น ส่วนใหญ่เป็นด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคา แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ยังมีการจัดการส่งเสริมการตลาดน้อยเกินไป มีส่วนลดดอกเบี้ยน้อยเกินไป และเก็บค่าธรรมเนียมในการบริการสูงเกินไป จึงทำให้อูกคามีความพึงพอใจในด้านเหล่านี้น้อยที่สุด

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ ของบริษัทนั้นซึ่งสิ่งลิสซิ่ง จำกัด พบว่า โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา แต่หากวิเคราะห์ตามปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดบริการแล้วจะเห็นได้ว่า

- ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการนั้นปัญหาที่เกิดจะมาจากการอนุมัติเงินกู้ต่ำเกินไป ซึ่งขัดแย้งกับความพึงพอใจที่ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมากต่อการอนุมัติเงินกู้ ซึ่งอาจเนื่องมาจากลูกค้าพอใจกับยอดเงินกู้ที่บริษัทได้อนุมัติให้กับลูกค้า แต่หากว่าบริษัทสามารถให้ยอดวงเงินกู้สูงกว่านี้ได้ น่าจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากกว่านี้

- ประเภทสินเชื่อยังมีความหลากหลายน้อย ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่อยู่ในระดับปานกลาง ด้านราคา ปัญหาจะเกิดจากการมีส่วนลดน้อยเกินไปหากมีการปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา ดอกเบี้ยเงินกู้สูงเกินไปและมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการขอกู้เงินหรือบริการต่อภาษี/พ.ร.บ. รถสูงเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่อยู่ในระดับปานกลาง แสดง

ให้เห็นว่าบริษัทควรมีการปรับปรุงด้านราคาเป็นอย่างมาก เนื่องจากสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในระดับปานกลางและลูกค้าส่วนใหญ่ยังเห็นว่าเป็นปัญหา

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นเห็นว่าบริษัทมีจำนวนสาขาให้บริการมีน้อยเกินไปเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่อยู่เพียงระดับปานกลาง
- ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาขาดการทำกิจกรรมพิเศษเพื่อสังคมและขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงรูปแบบการให้บริการและภาพลักษณ์ของบริษัท แม้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะมีมาก แต่เนื่องจากเป็นเพียงการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียงแต่ให้ลูกค้ารู้จักกับบริษัท แต่ไม่ได้แสดงถึงรูปแบบการให้บริการและภาพลักษณ์ของบริษัท
- ทางด้านบุคคลนั้น มีปัญหาที่พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ และไม่มี ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหอย่างถูกต้องและรวดเร็ว แม้ว่าลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อพนักงานในระดับมากในเรื่องการให้คำแนะนำและปรึกษา แต่อาจเนื่องจากพนักงานยังแก้ไขปัญหาไม่ถูกต้อง และรวดเร็ว ซึ่งต้องพิจารณาในด้านการให้สิทธิและอำนาจการตัดสินใจแก้ปัญหของพนักงานว่า บริษัทฯ อาจต้องให้สิทธิและอำนาจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหได้เร็วขึ้น
- ในด้านกระบวนการให้บริการนั้นปัญหาเกิดจาก ขั้นตอนในการให้บริการมีมากเกินไป ช้าชอนและช้า ซึ่งขัดแย้งกับความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเนื่องจากแม้ว่าปัจจุบันลูกค้ายังคงพอใจกับกระบวนการให้บริการ แต่หากบริษัทสามารถปรับปรุงให้รวดเร็วกว่านี้จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากกว่านี้
- ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีปัญหาในเรื่องลูกค้ายังเห็นว่าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการให้บริการไม่ทันสมัย ไม่สะดวก ลำบาก และอาคารมีขนาดเล็ก ทำให้ดูไม่มั่นคง และบรรยากาศภายในบริษัทไม่ดี ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านหลักฐานทางกายภาพที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในเพียงระดับปานกลางเท่านั้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของ บริษัท นิมชีเส็งลิสซิ่ง จำกัด สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด นอกจากนี้ จากการ เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อ จะสามารถ นำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการได้ ซึ่งกลยุทธ์ที่ใช้จะต้องพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าหลัก ของบริษัท ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส อายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาอยู่

ในระดับมัธยมศึกษาหรือ ป.ว.ช มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และทรัพย์สินที่นำมาวางค้ำประกันเป็น รถจักรยานยนต์ วงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 50,000 บาท ระยะเวลาในการชำระค่างวด 12 งวด และมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในทางธุรกิจ

โดยจะแยกข้อเสนอแนะตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

- จากการศึกษาพบว่า บริษัทฯ ให้วงเงินกู้ที่ต่ำกว่าที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นบริษัทฯ ควรเพิ่มจำนวนวงเงินกู้ให้สูงขึ้นกว่านี้ เนื่องจากในการศึกษาการปล่อยสินเชื่อของบริษัท อินเทอร์เน็ต ลิสซิ่ง จำกัด นั้น ลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ต ลิสซิ่ง จำกัด ย้ายมาจากสถาบันการเงินอื่นเพราะ บริษัทอินเทอร์เน็ต ลิสซิ่ง ให้วงเงินกู้ที่มากกว่า ฉะนั้น

- ควรเพิ่มประเภทของสินเชื่อให้หลากหลายมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันประเภทสินเชื่อของบริษัทนี้ที่มีเส็งลิสซิ่ง จำกัด มีเพียงสินเชื่อรถจักรยานยนต์และรถยนต์เท่านั้น ในขณะที่บริษัทหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ พยายามขยายประเภทสินเชื่อมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

- ควรให้ความช่วยเหลือหรือผ่อนผันแก่ลูกค้าให้มากขึ้น หากลูกค้ามีปัญหาในการชำระค่าเช่า เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และความประทับใจแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ต้องไปใช้บริการของบริษัทลิสซิ่งอื่น เพื่อทำการปิดบัญชีที่บริษัทนี้ที่มีเส็งลิสซิ่ง ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทไม่ดีแต่ในขณะเดียวกันภาพลักษณ์ของบริษัทลิสซิ่งอื่นกลับดีขึ้น ซึ่งการให้ความช่วยเหลือลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับองค์กรตลอดไป

- กลยุทธ์ เพิ่มรูปแบบการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าที่ต้องการเริ่มลงทุนในธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้ธุรกิจเป็นหลักทรัพย์สินค้ำประกัน โดยลูกค้าต้องเขียนแผนธุรกิจเพื่อดูความเป็นไปได้ของธุรกิจ เพื่อให้เหมาะกับลูกค้าที่ส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย โดยเป็นการเปิดช่องว่างที่สถาบันการเงินขนาดใหญ่ปล่อยสินเชื่อแก่ธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ธุรกิจขนาดเล็กไม่ได้รับโอกาส ซึ่งบริษัทฯ เองเป็นธุรกิจท้องถิ่นขนาดเล็ก ก็สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าขนาดเล็กได้ดีกว่า

2. ด้านราคา

- ควรเพิ่มส่วนลดให้ลูกค้า หากมีการปิดบัญชีก่อนกำหนดสัญญา ซึ่งเป็นส่วนที่กระตุ้นให้ลูกค้าจ่ายชำระเร็วขึ้น ทำให้ลดความเสี่ยงของบริษัทลงและบริษัทสามารถนำเงินไปลงทุนได้อีกซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้บริษัทมากขึ้น นอกจากนี้แล้วลูกค้ายังรู้สึกดีกับบริษัทที่บริษัทมีการให้ผลประโยชน์กลับคืนแก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าเป็นลูกค้าที่ดี

- ควรลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ให้ต่ำลง เนื่องจากปัจจุบันบริษัทหรือสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันมากมาย โดยเฉพาะด้านอัตราดอกเบี้ย จะเห็นได้ว่าหากเทียบการศึกษาของกวินพรเลิศ (2546) พบว่าลูกค้าของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด มีความพึงพอใจในระดับมากต่ออัตราดอกเบี้ยของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าเข้าใจว่าอัตราดอกเบี้ยของบริษัท นิมซีเต็งลิสซิ่ง สูง ดังนั้นบริษัทควรจะมีการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ แต่ทั้งนี้บริษัทจะต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทด้วยในการปรับอัตราดอกเบี้ย

- ควรมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการขอกู้เงินหรือการบริการต่อภานีรล และพ.ร.บ ต่ำ เนื่องจากเป็นบริการเพิ่มจากบริการสินเชื่อเช่าซื้อที่เป็นบริการหลักเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า

- กลยุทธ์ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจลิสซิ่งในเขตภาคเหนือมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเพื่อเป็นการดึงลูกค้าจากลิสซิ่งอื่นมาใช้บริการที่บริษัทฯ บริษัทฯควรใช้กลยุทธ์เชิงรุกด้านราคา คือ ควรให้ส่วนลดหรือดอกเบี้ยอัตราพิเศษที่ต่ำลงแก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าให้บริษัทไปปิดบัญชีที่ลิสซิ่งอื่น เพื่อย้ายมาทำธุรกรรมสินเชื่อเช่าซื้อกับทางบริษัท ฯ นอกจากนี้เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเก่าของบริษัท ฯ บริษัทฯ ควรจะให้ส่วนลดหรือดอกเบี้ยอัตราพิเศษที่ต่ำลงแก่ลูกค้า เมื่อกลับมาใช้บริการอีก เพื่อป้องกันมิให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- เพิ่มจำนวนสาขาที่ให้บริการให้มากขึ้น โดยควรกระจายให้บริการในหลายจังหวัดและอยู่ในสถานที่ที่เห็นชัดเจนและสะดวกในการติดต่อ

- กลยุทธ์ บริษัทควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดย ติดต่อกับร้านค้าที่จำหน่ายรถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ เพื่อให้สินเชื่อแก่ผู้ที่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์หรือรถยนต์ใหม่ แต่ต้องการผ่อนชำระ ซึ่งร้านค้าที่จำหน่ายก็ได้ประโยชน์ที่ได้รับเงินสด ก็สามารถนำไปใช้หมุนเวียนในกิจการได้ นอกจากนี้ยังไม่ต้องมีภาระติดตามหนี้สินและความเสี่ยงจากหนี้สูญ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ควรมีการทำกิจกรรมพิเศษเพื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะเป็นการคืนประโยชน์ให้แก่สังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรด้วย การทำกิจกรรมพิเศษเพื่อสังคมนี้ ควรจะมีการประชาสัมพันธ์และควรจะให้ลูกค้าและบุคคลภายนอก ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมพิเศษเพื่อสังคมกับบริษัทด้วย เพื่อให้ลูกค้าและบุคคลภายนอกเกิดความผูกพันกับองค์กร

- ควรมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบถึงรูปแบบการให้บริการ และภาพลักษณ์ของบริษัทมากขึ้น เนื่องจากแต่เดิมบริษัทมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่มากอยู่

แล้วแต่ไม่ได้แสดงถึงภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของบริษัท นอกจากนี้ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบถึงโปรโมชั่นพิเศษแต่ละช่วงของบริษัทด้วย

- ควรมีการส่งเสริมทางการตลาดให้มากขึ้น เช่น การแจกของชำร่วยตามเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งการจะจัดโปรโมชั่นทางการตลาดที่ได้ผลนั้นต้องทำร่วมกับการจัดทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงการส่งเสริมทางการตลาดแต่ละช่วง เนื่องจากการส่งเสริมทางการตลาดแต่ละช่วงนั้นจะทำเพียงระยะสั้น ๆ หากใช้การตลาดแบบปากต่อปากจะต้องใช้เวลา มากเกินช่วงระยะเวลาที่บริษัทจัดการส่งเสริมการตลาด

- กลยุทธ์ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์โดยเน้นกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ โดยจัดรูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย น่าสนใจ นอกจากนี้หากลูกค้าเก่าแนะนำลูกค้าใหม่ให้บริษัทฯ บริษัทฯ อาจมีของชำร่วย เป็นการตอบแทนแก่ลูกค้า เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้น โดยอาศัยลูกค้าเก่า

5. ด้านบุคคล

- ควรมีการอบรมพนักงานให้มีการบริการที่เป็นระบบมากขึ้น เพื่อให้เกิดการบริการที่เสมอภาคแก่ลูกค้าทุกคนและพนักงานมีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เพราะพนักงานถือเป็นส่วนสำคัญมากของบริษัท เนื่องจากเป็นจุดที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งหากพนักงานมีการบริการที่ดีแล้วจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทและทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกับบริษัท

- กลยุทธ์ เนื่องจากจะเห็นว่าปัจจัยด้านบุคคล ลูกค้าจะมีความพึงพอใจในระดับมาก บริษัท ฯ จึงควรรักษามาตรฐานเดิมเอาไว้และพยายามปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น แต่ปัญหาด้านบุคคลที่เกิด จะเป็นเรื่องการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้าและไม่ถูกต้อง บริษัทฯ อาจมีการให้อำนาจการตัดสินใจ รวมถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาไปยังพนักงานระดับล่าง เพราะพนักงานระดับล่าง เป็นพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง บริษัทฯ ควรให้ความสนใจกับพนักงานระดับล่างเป็นอย่างมาก เพราะพนักงานระดับล่างถือเป็นตัวแทนของบริษัท ฯ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

- ควรจะมีการลดขั้นตอนการให้บริการให้สะดวก รวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกิจหรือค้าขาย หรือพนักงานบริษัท ข้าราชการ ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีเวลาไม่มากนัก ดังนั้นหากบริษัทสามารถกระชับขั้นตอนการให้บริการให้สั้นลงก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

- ควรมีการปรับเวลาในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อสะดวกแก่ลูกค้าในการมาใช้บริการให้มากขึ้น ซึ่งเมื่อมีการปรับเวลาในการให้บริการควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบ

เนื่องจากลูกค้าจะไม่ทราบถึงการปรับเวลาในการให้บริการของบริษัท หากไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี

- กลยุทธ์ บริษัทฯ ควรเพิ่มช่องทางการจ่ายชำระเงินให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและบริษัท ฯ เองก็สามารถได้รับเงินตรงตามเวลา เช่น อาจให้มีการตัดผ่านบัญชีธนาคารของลูกค้าโดยอัตโนมัติ ตามวัน เวลาที่กำหนด

7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ

- ควรมีการปรับปรุงการตกแต่งภายในให้มีความทันสมัย สะอาด มากขึ้น
 - ควรมีการจัดวางเอกสารให้เป็นระเบียบ คั่นหาง่าย เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการทำงาน
 - กลยุทธ์ มีการให้บริการน้ำชา กาแฟ แก่ลูกค้าที่กำลังรอการดำเนินการ

จากภาวะปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงทางการเงิน ดังนั้นสิ่งที่จะสามารถทำให้บริษัทสามารถดำรงตำแหน่งเป็นผู้นำทางการตลาดสินค้าเชื่อเช่าซื้อในระดับท้องถิ่นได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน โดยต้องสร้างให้เกิดความแตกต่างกับคู่แข่งเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีกับบริษัทในระยะยาว

5.5 ข้อจำกัด

เนื่องจากในขณะที่เริ่มทำการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้ ผู้ทำการศึกษาได้ใช้ข้อมูลของบริษัทนี้ซึ่งเสด็จสิง จำกัด ในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งบริษัทมีจำนวนสาขาทั้งหมด 90 สาขา ในเขตพื้นที่ 6 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูนและแม่ฮ่องสอน แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 บริษัทได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ณ. ปีพ.ศ. 2546 ที่จะขยายสาขาเพิ่มอีก 2 จังหวัด คือ แพร่และน่าน และมีสาขาหลักทั้งสิ้น 91 สาขา และสาขาย่อย 200 สาขา ซึ่งข้อมูลที่ใช้ขณะทำการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้จึงไม่ได้รวมถึงสาขาที่เพิ่มขึ้นอีกใน 2 จังหวัดหลังรวมทั้งสาขาหลักและสาขาย่อยที่เพิ่มขึ้นอีก 201 สาขาหลัง