

บทคัดย่อ

T 160124

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรธรณ ลิสซิ่ง จำกัด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของบริษัท อัจฉราวรธรณ ลิสซิ่ง จำกัด ทำการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 320 ราย

ผลการสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพอิสระและรับจ้าง ซึ่งมีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และเคยใช้บริการของบริษัท อัจฉราวรธรณ ลิสซิ่ง มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อประเภทรถจักรยานยนต์ และใช้บริการเนื่องจากการแนะนำของคนรู้จัก

ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรธรณ ลิสซิ่ง จำกัด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรธรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมากตามลำดับคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริม

T160124

การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ และลูกค้ามีความพึงพอใจ ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือ บริษัทมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อย ด้านราคา อันดับแรกคือ ระยะเวลา หรือจำนวนงวดในการผ่อนชำระหนี้เหมาะสม ปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ มีสาขาหลายสาขา สะดวกต่อการใช้บริการ ปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร อันดับแรก คือ พนักงานสินเชื่อนิยมมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการให้บริการ อันดับแรกคือ พนักงานสินเชื่อมีจำนวนมากเพียงพอในการให้บริการ และปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับแรกคือ มีที่นั่งรอรอเพียงพอ กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยรวมลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลางตามลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และลูกค้ามีปัญหาในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือ การอนุมัติวงเงินสินเชื่อ และยอดจัดไฟแนนซ์ที่ไม่เหมาะสม ปัจจัยย่อยด้านราคา อันดับแรกคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการไม่เหมาะสม ปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ไกล อีกทั้ง ไป-มา ไม่สะดวก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ สร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร อันดับแรกคือ พนักงานสินเชื่อไม่มีความพร้อมที่จะให้บริการได้ตลอดเวลา ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ อันดับแรกคือ ระเบียบ ขั้นตอน เงื่อนไขในการทำสัญญาที่ยุ่งยาก และขาดความยืดหยุ่น และปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับแรกคือ ที่นั่งไม่เพียงพอระหว่างรอรับบริการ

ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อของบริษัท อัจฉราวรณ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจและระดับปัญหาโดยรวมในการใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันตาม เพศ อายุ และ สาขาที่ใช้บริการ

ABSTRACT

TE 160124

This research aims to study Chiangmai Customer Satisfaction of Using Credit Services for Hire Purchasing of Acharawan Leasing Company, Ltd. The population is the customers of Acharawan Leasing Company, Ltd. Using quota sampling at the confidence level of 95% get the total sample of 320.

The research findings are as follow :

The most respondents are male of 31-40 years old and married. They are workers and employees, income less than 10,000 baht per month, and used to get services from Acharawan Leasing Company, Ltd. more than a year but not over 3 years. Most of them have used motorcycle hire purchasing credit by introduced by their acquaintances.

Factors of customers satisfaction in using the hire-purchase credit services of Acharawan Leasing Company Limited are at the high level respectively : physical evidence and presentation, people, product, price, promotion, channels of distribution, and process. The sub-factor of each of seven service marketing mix factors that the customers satisfy most are as follows. Product : long-time reputation and credibility of the company, price : credit terms and the number of the installments, channels of distribution : various branches which is convenient for customers using services, promotion : the presents and the premiums for special occasions, people : good human relationships of the financial officers, process : having enough credit personnel, and physical evidence and presentation : having enough seats for waiting customers.

The problems of using the hire-purchase credit services of Acharawan Leasing Company Limited, are found at medium level respectively as follows : people, process, physical evidence and presentation, promotion, product, price, and channels of distribution. The sub-factors of each problem factor are as follows. Product : the amount of credit and inappropriate hire-purchase amount, price : inappropriate service fees, channels of distribution : remoted location of the offices, promotion : trustworthy advertising and public relations, people : unrcadiness of credit personnel, process : inflexibilities of conditions, procedures, and contract conditions, and physical evidence and presentation : having not enough seats for waiting customers.

The customers who use the hire-purchase credit service of Acharawan Leasing Company Limited have satisfaction problems in product, price, channels of distribution, promotion, people, process, and physical evidence and presentation indifferent by gender, age and the branches.