

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท นพดลพานิช จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ประชากรที่ใช้ศึกษาคือลูกค้าเงินเชื่อของบริษัท นพดลพานิช จำกัด จำนวน 320 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.2 มีอายุ 25 - 35 ปี ร้อยละ 33.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 60.9 ประเภทธุรกิจเป็นบริษัท จำกัด ร้อยละ 41.2 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 43.4 ตำแหน่งในสถานประกอบการเป็นกรรมการ ผู้จัดการหรือเจ้าของ และเป็นผู้มีอำนาจในการตั้งซื้อสินค้าในองค์กร ร้อยละ 100.0 โดยมีประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 54.0 แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทนพดล พานิช จำกัดคือ สื่อ ร้อยละ 57.8 โดยสื่อที่ทำให้รู้จักบริษัทนพดล พานิช จำกัด คือ ป้าย ร้อยละ 50.9 เหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากบริษัทนพดล พานิช จำกัดเพราะมีสินค้าหลากหลายให้เลือก ร้อยละ 79.7 ส่วนใหญ่ประเภทวัสดุก่อสร้างที่ซื้อคือปูนซีเมนต์ ร้อยละ 83.4 โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 100,001 - 500,000 บาท ร้อยละ 22.5 ส่วนใหญ่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 44.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นอกจากซื้อเชื่อจากบริษัทนพดล พานิช จำกัดแล้วยังซื้อเชื่อร้านอื่นอีกจำนวน 3 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 76.2

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทนพดลพานิช จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาคือมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.34) และความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.28) และระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือบริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) และเงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือสถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และรูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความรวดเร็วใน

การได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อสั้น (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทหนวดพานิช จำกัด จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ และประเภทธุรกิจ

3.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทหนวดพานิช จำกัด จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมา สินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.68) และมีสินค้าหลายหมวด (ชนิด) ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน นโยบายการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความเพียงพอของจำนวนสินค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ำมีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้ำแต่ละ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสินค้ำในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ำมีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา สินค้ำทันสมัย และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.30) และชื่อเสียงของสินค้ำ ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย ความรับผิดชอบต่อสินค้ำที่มีปัญหาเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา ค่าใช้จ่ายในการทำหลักประกันสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา มีป้ายบอกราคาสินค้ำชัดเจนถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) และมีป้ายบอกราคาสินค้ำชัดเจนถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และมีป้ายบอกราคาสินค้ำชัดเจนถูกต้อง มีสินค้ำให้เลือกหลายระดับราคาเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจนสังเกตเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีพนักงานสินเชื่อกออดและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58)

รองลงมา การเดินทางไปสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.54) และทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมา บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีช่องทางการชำระเงินได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า และมีช่องทางการชำระเงินได้หลายช่องทาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีพนักงานสินเชื่อคอยดูแลและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) และลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และการโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น มีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

(ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมา พนักงานส่งสินค้าให้การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.73) และพนักงานชายมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อพุดจาสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมา พนักงานแผนกสินเชื่อ/ติดตามหนี้มีความสุภาพ และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.64) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมา พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย ภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอ้โถงรูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมา ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.73) และอุณหภูมิภายในบริษัทเย็นสบาย ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอ้โถง (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.34) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอ้โถง (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.25) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอ้โงง (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และกระบวนการออกใบสั่งซื้อที่รวดเร็ว และ ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาในการขอสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความสะดวกในการขอสินเชื่อ กระบวนการบันทึกข้อมูลที่อยู่ลูกค้ารวดเร็ว ถูกต้อง ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และกระบวนการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

3.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท

นพดลพานิช จำกัด จำกัดตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28)

รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ความรับผิดชอบต่อนักค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.35) และชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย สินค้าทันสมัย และสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ สินค้าทันสมัย และสวยงาม ความรับผิดชอบต่อนักค้าที่มีปัญหา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.33) และระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็น ได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ การเดินทางไปสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็น ได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา การจัดแสดงสินค้านำร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และการโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) และเงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อพูดจาสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.45) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอ้โง่ รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมา รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย ภายในบริษัทมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอ้โง่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชยากร โกศลธนากุล (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านสินค้าและบริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมยุรี กาน (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านโฮเทลช้อปปิ้งอินเตอร์เนชั่นแนล ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ จวงวานิชย์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมืองสตูล แลนด์ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านกระบวนการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล (2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากห้างหุ้นส่วนยุทธนาฮาร์ดแวร์ จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ จวงวานิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้มาตรฐาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชยากร โกศลธนากุล (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้องและรวดเร็ว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมยุรี กาน (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือความสะอาดของสินค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธิา เขียมพานทอง (2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชยากร โกศลธนา

กุล (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือมีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมยุรี คาน (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ จวงวาณิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธา เจียมพานทอง (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือการกำหนดราคา มีความเป็นมาตรฐาน มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ จวงวาณิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีทำเลที่ตั้งที่ดีสามารถหาได้ง่าย และมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชยากร โกศลธนากุล (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือมีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมยุรี คาน (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือจอดรถได้สะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอ และกระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายและรวดเร็ว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธา เจียมพานทอง (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือบรรยากาศภายในร้านดี สะดวกสบายเป็นกันเอง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชยากร โกศลธนากุล (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีพนักงานมีความสุภาพ เรียบร้อย สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมยุรี คาน (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ จวงวาณิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือมีการส่งเสริมการตลาด เช่น ลด แลก แจก แถม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายมี

ความเอาใจใส่ลูกค้าและตรวจสอบสินค้าก่อนส่งมอบ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธิฯ
เจียมพานทอง (2551) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงาน
มีมนุษยสัมพันธ์ดี

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับ
แรกคือพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์
จวงวานิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงาน
ให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือภาพลักษณ์ชื่อเสียงของบริษัทฯ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา
ของ ณรงค์ฤทธิ์ จวงวานิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ลำดับแรกคือร้านค้าสะอาด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยใน
ระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ
ณรงค์ฤทธิ์ จวงวานิชย์ (2552) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ข้อค้นพบ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท
นพดลพานิช จำกัด มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป โดยตำแหน่งในสถาน
ประกอบการเป็นกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ ส่วนใหญ่มีอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าในองค์กร
และประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างมากกว่า 5 ปี
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักบริษัท นพดลพานิช จำกัด จากสื่อ โดยสื่อที่ทำให้
รู้จักคือป้ายบริษัท นพดลพานิช จำกัด
3. เหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากบริษัท นพดลพานิช จำกัด 3 อันดับแรก เพราะมีสินค้า
หลากหลายให้เลือก รองลงมา มีการให้เครดิต และ สินค้าได้มาตรฐาน
4. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเชื่อจากร้านอื่นนอกจากบริษัท นพดลพานิช
จำกัด 3 ร้านขึ้นไป
5. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยอยู่
ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงิน



เครดิต (เงินเชื่อที่ได้รับ) ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร ในขณะที่กลุ่มอื่นมีความพึงพอใจในระดับมาก

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน ที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

7. ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินเครดิต (เงินเชื่อที่ได้รับ) ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง การต่อรองราคาได้

8. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เมื่อจำแนกตามวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001 - 300,000 บาท และ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

9. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เมื่อจำแนกตามวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า ขณะที่กลุ่มอื่นที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น

10. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เมื่อจำแนกตามวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับมากที่สุด ขณะที่กลุ่มอื่นมีความพึงพอใจในระดับมาก

11. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของบริษัทฯ ที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกตามวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย ภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทฯ มีความสวยงาม และอุณหภูมิภายในบริษัทเย็นสบาย ไม่อึดอัด ขณะที่กลุ่มอื่นที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น

12. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เมื่อจำแนกตามวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานของร้าน กระบวนการออกไปสั่งซื้อที่รวดเร็วและถูกต้อง และ

ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ ขณะที่กลุ่มอื่นมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประเภทธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่นัดหมาย

13. ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 10 อันดับสุดท้ายมีดังนี้

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก (7 P's)	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลานัดหมาย	กระบวนการให้บริการ	3.49	ปานกลาง	1
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	การจัดจำหน่าย	3.52	มาก	2
การบริการของพนักงานจัดส่ง	กระบวนการให้บริการ	3.67	มาก	3
มีจดหมาย หรือ ใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	3.69	มาก	4
บริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ขณะ รอรับบริการ เช่น โต๊ะเก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.72	มาก	5
มีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาให้บริการ	การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.72	มาก	5
การสาธิตสินค้า	การส่งเสริมการตลาด	3.73	มาก	6
ความรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าพิเศษที่ไม่มีในสต็อก	กระบวนการให้บริการ	3.75	มาก	7
การต่อรองราคาได้	ราคา	3.76	มาก	8
มีการส่งเสริมการขายน่าสนใจ เช่น ลดแลก แจก แถม	การส่งเสริมการตลาด	3.79	มาก	9
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	กระบวนการให้บริการ	3.83	มาก	10

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท นพคพพานิช จำกัด มีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ 10 ลำดับสุดท้าย ที่บริษัท ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ได้แก่ ด้าน กระบวนการให้บริการ ด้าน การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ดังนี้

ด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลางในเรื่อง ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลานัดหมาย การบริการของ พนักงานจัดส่ง และความรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าพิเศษที่ไม่มีในสต็อก ดังนั้นบริษัทฯ มีการ บริหารจัดการด้านกำลังคนซึ่งเป็นระดับแรงงานโดยการเพิ่มแรงจูงใจที่ดี เพื่อให้มีการจัดส่งสินค้าที่ รวดเร็วตามเวลาที่ได้นัดหมายกับลูกค้า โดยมีการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงเวลาที่ลูกค้าต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในระยะยาว และควรให้ความสำคัญในกระบวนการจัดส่งสินค้าทุก ขั้นตอน ควรลดขั้นตอนในกระบวนการสั่งซื้อให้ไม่ยุ่งยาก เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ง่าย และ จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตรงตามเวลานัดหมายทุกครั้ง หากไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาควรมี การโทรไปแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าทุกครั้ง ควรให้ความสำคัญในกระบวนการจัดส่งสินค้าทุกขั้นตอน เพื่อลด ข้อผิดพลาดในการ จัดส่งเช่นความครบถ้วนถูกต้องของจำนวนสินค้า รายการสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการบำรุงรักษายานพาหนะตามระยะ ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการขนส่งให้อยู่ ในสภาพที่ดีพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

ด้านการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลำดับ สุดท้ายในเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ดังนั้นบริษัทควรให้ความสำคัญในการจัดส่งสินค้า ให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว โดยมีการวางแผนการจัดส่งและตรวจสอบเส้นทางในการจัดส่งสินค้าให้ แน่นนอน เพื่อให้มีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว ส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงเวลาที่ลูกค้าต้องการเพื่อ สร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในระยะยาว มีการติด GPS เพื่อติดตามการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่ กำหนดมี รวมถึงการจ้างรถร่วมขนส่ง กรณีมีปริมาณการจัดส่งมากเกินไปกำลังของบริษัท และลูกค้า ต้องการสินค้าเร่งด่วน

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ลำดับสุดท้ายในเรื่องมีจดหมาย หรือใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า และมีการส่งเสริมการขายน่าสนใจ เช่น ลด แลก แจก แถม ดังนั้น บริษัทฯ ควรที่จะทำการสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบรายละเอียดข่าวสาร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และเพื่อเป็นการกระตุ้นการขายควรจัดให้มีโปร โมชัน ต่างๆเป็นช่วงๆในการจัดรายการแจกแถมต่างๆเป็นต้น และมีการสาธิตสินค้าให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูล

การใช้งาน โดยจัดให้บริษัทผู้ผลิตสินค้า มาทำการสาธิตสินค้าบ่อย ๆ โดยเฉพาะสินค้าแปลกใหม่ เช่น สินค้านวัตกรรม หรือเกี่ยวกับการลดพลังงานโลกร้อนต่าง ๆ เป็นต้น หากสินค้ามีชิ้นใหญ่ ก็อาจใช้วิธีการเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าในร้านแทน การส่งเสริมการตลาดนอกจากที่กล่าวมาแล้วนั้น บริษัทเองต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างเหมาะสม และติดตามภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิดว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการกระตุ้นการขายโดยจัดให้มีโปรโมชั่นต่างๆเป็นช่วงๆในการจัด รายการแจกแถมต่างๆ เป็นต้น นอกจากนั้นควรจัดให้พนักงานขายได้เข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้าฝึกอบรมพนักงานของลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องเป็นครั้งคราวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระชับสัมพันธ์ไมตรีที่ดีระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าอีกทางหนึ่ง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลำดับสุดท้ายในเรื่องบริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้น บริษัทฯ ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอกับการให้บริการลูกค้า โดยนำเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการดำเนินงาน ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ และภายในบริษัทฯ ควรปรับอุณหภูมิภายในให้เย็นสบาย ไม่อึดอัด การจัดวางสินค้าและทางเดินมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และสถานที่ภายนอกบริษัทสะอาดเรียบร้อย

ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลำดับสุดท้ายในเรื่องการต่อรองราคาได้ ดังนั้นบริษัทควรตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม สามารถให้ลูกค้าต่อรองราคาได้ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการทำหลักประกันสินเชื่อ รวมถึงการให้ส่วนลดเงินสด และหากมีการปรับราคาสินค้าควรแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนล่วงหน้า

นอกจากนั้นควรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM) โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รวมถึงการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมุ่งรักษาและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างกิจการกับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาว โดยอาจจะทำการเยี่ยมเยือนลูกค้า สอบถามถึงปัญหาการใช้งานของสินค้าและทำการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาของผู้รับเหมาก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานสินค้า และควรมีของที่ระลึกแจกในช่วงเทศกาล เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น