



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ที่สาขาเชียงใหม่ โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 ราย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของธนาคาร เกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่

ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.75 เพศหญิง ร้อยละ 47.25 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-49 ปี ร้อยละ 47.25 รองลงมาคือช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี ร้อยละ 33.25 และช่วงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.5 ตามลำดับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 62.25 รองลงมา มีสถานะภาพโสด ร้อยละ 28.5 และสถานภาพหย่าหรือหย่าร้าง ร้อยละ 9.25 ตามลำดับ โดยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ร้อยละ 54.25 รองลงมา มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลายถึงระดับอนุปริญญา ร้อยละ 31.25 และต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 14.5 ตามลำดับ ประชากรที่สำรวจส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย ร้อยละ 54.25 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.75 รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.5 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000-39,999 บาท ร้อยละ 44.5 รองลงมา มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 28.75 มีรายได้ตั้งแต่ 40,000-59,999 บาท ร้อยละ 17.25 และมีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร เกียรตินาคิน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อ จำนวนวงเงิน 300,000-599,999 บาท ร้อยละ 66 รองลงมาคือได้รับวงเงินน้อยกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 22.25 ได้รับวงเงินมากกว่า 600,000 บาท ร้อยละ 11.75 ตามลำดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3.00-5.99 ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ยมากกว่าร้อยละ 6.00 ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 25 และอัตราดอกเบี้ยน้อยกว่าร้อยละ 3.00 ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับ ประชากรส่วนใหญ่เลือกระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวดมากกว่า 60 เดือน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาคือเลือกผ่อนชำระ 49-60 คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ เลือกผ่อนชำระ 12-48 เดือน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครส่วนใหญ่มียอดการผ่อนชำระสินเชื่อต่อเดือนระหว่าง 6,000-7,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือยอดการผ่อนชำระสินเชื่อต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.75 ยอดการผ่อนชำระสินเชื่อต่อเดือนระหว่าง 8,000-9,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.5 และยอดการผ่อนชำระสินเชื่อต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ ประชากรส่วนใหญ่ สะดวกที่จะชำระที่ธนาคารเกียรตินาคิน โดยตรงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือเคาน์เตอร์เซอร์วิส/เซเว่น อีเลฟเว่น คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ เทสโก้ โลตัส, ธนาคารอื่นๆ ที่ร่วมรับชำระ และชำระที่ทำการไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 18.5, 11.25, 2.75 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่ไม่เคยผิดชำระหนี้ คิดเป็นร้อยละ 61.5 และเคยผิดนัดชำระหนี้ คิดเป็นร้อยละ 38.5 โดยส่วนใหญ่ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์มือสองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 และเป็นการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์มือหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 33.5 โดยประชากรส่วนใหญ่เช่าซื้อรถยนต์รถกระบะบรรทุก มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 47 ตามลำดับ

5.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ได้ใช้การคำนวณแบบการสร้างตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Crosstab) และ ไคสแควร์ (Chi-square) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆดังนี้

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษาเกี่ยวกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ อาชีพกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ รายได้รวมเฉลี่ยกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ อายุกับการผิคนัดชำระหนี้ สถานภาพสมรสกับการผิคนัดชำระหนี้ อาชีพกับการผิคนัดชำระหนี้ รายได้รวมเฉลี่ยกับการผิคนัดชำระหนี้

ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ เพศกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ อายุกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ สถานภาพสมรสกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ เพศกับการผิคนัดชำระหนี้ ระดับการศึกษากับการผิคนัดชำระหนี้

5.1.4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.87 โดยปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีชื่อเสียง ด้วยคะแนน 4.37 มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมาคือจำนวนเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสม และการใช้รถยนต์เป็นหลักประกันในการกู้ยืม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ ในระดับมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.85 โดยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.87 รองลงมาคือค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเหมาะสม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 และระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้คืนเหมาะสม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.81 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคาเรียตตินาคน สาขาเชียงใหม่ ในระดับมาก ด้วยคะแนน 4.18 โดยมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย มีระดับอิทธิพลมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.90 รองลงมาคือธนาคารตั้งอยู่ในที่ตั้งที่สะดวกในการติดต่อ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยไว้ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในอาคาร โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.98, 3.94, 3.90 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคาเรียตตินาคน สาขาเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง ด้วยคะแนน 3.36 โดยเรื่องการลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าในกรณีพิเศษต่างๆ มีระดับอิทธิพลมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือมีบริการโทรศัพท์ในการให้คำปรึกษา 24 ชั่วโมง และมีการโฆษณาและการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.10, 3.00 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคาเรียตตินาคน สาขาเชียงใหม่ ในระดับมาก ด้วยคะแนน 4.23 โดยมีเรื่องพนักงานธนาคารมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงานสามารถช่วยให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาต่างๆของคุณได้ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.32 รองลงมาคือ พนักงานธนาคารมีมนุษยสัมพันธ์ พูดจากับคุณอย่างให้เกียรติและเต็มใจในการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 และพนักงานธนาคารมีบุคลิกดี มีการแต่งกายสุภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธนาคาเรียตตินาคน สาขาเชียงใหม่ ในระดับมากที่สุด ด้วยคะแนน 4.83 โดยมีเรื่องความมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด 4.94 รองลงมาคือ มีระบบในการชำระคืนไม่ยุ่งยากและซับซ้อน มีคะแนนเฉลี่ย 4.80 และความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีคะแนนเฉลี่ย 4.76 ตามลำดับ

5.1.5 ลำดับความสำคัญของปัญหาในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

จากการตอบแบบสอบถามของบริ โภคกลุ่มตัวอย่าง ที่ให้เรียงลำดับของปัญหา พบว่า ปัญหาที่มีความสำคัญอันดับหนึ่งคือปัญหาด้านราคา มีค่าคะแนนรวมสูงสุด 2,330 คะแนน รองลงมาได้แก่ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านสถานที่ และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าคะแนนรวม 1,383 คะแนน, 1,340 คะแนน, 1,202 คะแนน, 1,094 คะแนน, 1,055 คะแนน ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ได้แก่ ระดับ การศึกษากับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ อาชีพกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ รายได้รวมเฉลี่ยกับวงเงินที่ได้รับ สินเชื่อ อายุกับการผิคนัดชำระหนี้ สถานภาพสมรสกับการผิคนัดชำระหนี้ อาชีพกับการผิคนัด ชำระหนี้ รายได้รวมเฉลี่ยกับการผิคนัดชำระหนี้ ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารควรให้ความสำคัญ ต่อกลุ่มผู้บริโภคในเรื่องระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ย โดยทางธนาคารสามารถ พิจารณาวงเงินสินเชื่อเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ให้บริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ในทางกลับกันผู้ให้ บริการหรือธนาคารควรที่จะระมัดระวังต่อกลุ่มผู้บริโภคในเรื่อง อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้รวมเฉลี่ย โดยทางธนาคารหรือผู้ให้สินเชื่อสามารถวิเคราะห์ ปัจจัยเหล่านี้เพิ่มเติมเพื่อป้องกัน การผิคนัดชำระหนี้ ให้ดียิ่งขึ้น

2. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา และด้านกระบวนการ ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเหมาะสม ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเหมาะสม การมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ มีระบบในการชำระคืนไม่ยุ่งยากและซับซ้อน รวมถึง ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้คืนเหมาะสม และความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัย เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับสูงกล่าวคือทางผู้ให้บริการหรือธนาคารควร ปรับปรุงและพัฒนาเรื่องดังกล่าว เพื่อสามารถให้บริการที่ดีกับลูกค้าและสามารถแข่งขันกับคู่แข่ง ได้

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ปรากฏว่ายังมีข้อบกพร่องและข้อจำกัดบางประการที่จะนำเสนอเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการศึกษาเรื่องสินเชื่อบริโภคต่อไปในอนาคตดังนี้

1. การศึกษาในลักษณะที่ผู้วิจัยต้องเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานที่ต่างๆ พบว่า จำเป็นต้องใช้เวลามากเพื่อสอบถามถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริโภคอย่างละเอียด แต่เนื่องจากการเก็บรวบรวมครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ ทำให้ส่วนใหญ่ผู้วิจัยจะให้ผู้บริภคกลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง และบางครั้งผู้บริภคกลุ่มตัวอย่างอาจไม่เข้าใจในคำถาม และคลุมเครือในตัวเลือกต่างๆ ส่งผลให้ผลการศึกษาออกมาไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร ดังนั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลควรมีการวางแผนในเรื่องสถานที่ที่จะจัดเก็บ ตารางเวลาในการจัดเก็บและออกแบบแบบสอบถามให้มีความเข้าใจง่าย

2. การศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้บริภคกลุ่มตัวอย่างมีที่อยู่อาศัยไม่แน่นอนและผู้บริภคบางราย ไม่ได้ใช้บริการสินเชื่อด้วยตนเองแต่ให้บุคคลอื่นเป็นผู้ยื่นกู้แทน เช่น บิดายื่นกู้แทนบุตรและทั้งสองคนอยู่คนละพื้นที่ และผู้บริภคบางส่วนมีการย้ายภูมิลำเนาออกจากขอบเขตพื้นที่ที่ทำการวิจัย ทำให้เกิดความสับสนในการระบุพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อที่แน่นอน ดังนั้นในการทำวิจัยควรมีการกำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอนมากขึ้น