

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย สาขามูลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผู้ใช้บริการจำนวน 300 ราย และได้ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ผลการศึกษารวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ สามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.67 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.33 มีอายุระหว่าง อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 30 ปี (ร้อยละ 38.67) มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 56.33 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 32.00) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 16) มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 85.33 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 7.67) สรุปได้ว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งเป็นวัยที่ต้องการความมั่นคงและวางรากฐานในการดำเนินชีวิต จึงจำเป็นต้องแสวงหาปัจจัยอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตให้มีปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ รายได้หรือเงินเดือนที่ได้รับถือว่าเพียงพอสำหรับการใช้จ่าย ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มาก่อนจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.74 เป็นผู้เคยใช้บริการจาก บมจ.ธนาคารกสิกรไทย จำกัด รongลงมาคือ บมจ.ธนาคารธนชาติ และ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ และรถยนต์ที่นิยมนำมาใช้บริการสินเชื่อ คือ รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รongลงมาคือ ยี่ห้อฮอนด้า สำหรับการหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่างๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีการหาข้อมูลบ้าง รongลงมาคือ มีการหาข้อมูลโดยละเอียด สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของบริษัท เหตุผลส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาจากความน่าเชื่อถือของธนาคาร รongลงมาคือ เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว โดยมีวงเงินที่ได้รับอนุมัติสินเชื่ออยู่ระหว่าง 200,001 – 400,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 35.33 รongลงมาคือวงเงิน 400,001 – 600,000 บาท มีระยะเวลางวดการชำระเงินที่ต้องชำระคือ 60 งวดมากที่สุดรongลงมาคือ 72 งวด และลูกค้าทั้งหมดสามารถส่งชำระค่างวดได้ตามเงื่อนไขของธนาคาร และมีความพึงพอใจในการให้บริการตรงกับที่คาดหวังไว้ รongลงมาคือ มีความพึงพอใจมากในการให้บริการสูงกว่าที่คาดหวัง และมีการแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้า แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัยคือ

1) ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า ความมั่นคงของธนาคารมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 4.37 รongลงมา คือ ชื่อเสียงของผู้บริหารที่น่าเชื่อถือ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.93 เนื่องจากลูกค้าอาจเห็นว่าการมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความมั่นคงทำให้มีอิทธิพลต่อจิตใจของลูกค้าในการตัดสินใจเป็นอย่างมาก และเห็นว่าธนาคารมีการพัฒนาองค์กร การช่วยเหลือสังคม และการมีส่วนร่วมกับชุมชนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) ปัจจัยด้านการให้บริการ พบว่า การมีสาขาที่รองรับการให้บริการมากมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 4.31 รongลงมา คือ การให้บริการสะดวกรวดเร็วเป็นกันเอง มีระดับค่าเฉลี่ย 4.12 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการ โดยมีสาขาให้บริการมากให้เลือก รวมทั้งการบริการต้องมีความสะดวกรวดเร็วและเป็นกันเอง

3) ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ทำงาน มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา คือ สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ มีระดับค่าเฉลี่ย 3.91 ทำให้ลูกค้าสะดวกและง่ายในการเดินทางเข้ามาติดต่อในการทำธุรกรรม

4) ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ พบว่า ความรวดเร็วในการอนุมัติและแจ้งผล มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยต่ำมีระดับค่าเฉลี่ย 3.79 ลูกค้าต้องการการอนุมัติที่รวดเร็ว และอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงมากนัก

5) ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า การออกสื่อทางโทรทัศน์และวิทยุมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการตลาด เช่น แจก แกรม การชิงโชค รางวัล เป็นต้น มีระดับค่าเฉลี่ย 3.45 เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ทำให้ได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ธนาคารอย่างสม่ำเสมอซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สื่อทางโทรทัศน์ และกลยุทธ์การแจกแกรม ชิงโชคต่างๆ มีผลอย่างมากในการตัดสินใจของผู้บริโภค

6) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพอัธยาศัยดีมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ พนักงานมีความสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ มีระดับค่าเฉลี่ย 4.13 ลูกค้าให้ความสำคัญมากกับพนักงานที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อัธยาศัยดี พร้อมทั้งมีความรู้สามารถแนะนำและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กสิกรไทย สาขามูลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติแบบ non-parametric ใช้ค่า Chi-square กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการศึกษาพบว่าการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ วงเงินที่ได้รับการอนุมัติ ระยะเวลาวงกการชำระเงิน และความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยมีค่า χ^2 ที่คำนวณได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย ได้แยกปัญหาออกเป็น 7 ด้านดังนี้

- 1) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มากเกินไปมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 3.19 รองลงมาคือ วงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.80
- 2) ปัญหาด้านราคา พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูง มากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.99 รองลงมาคือ เงินค่างวดผ่อนชำระสูง โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.86
- 3) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาจำนวนของสาขาที่ให้บริการมีไม่เพียงพอและทำเลที่ตั้งธนาคารไม่สะดวกต่อการติดต่ออยู่ในระดับน้อย ด้วยสัดส่วนเท่ากัน คือ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.39
- 4) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์น้อยมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.80 รองลงมาคือ พนักงานไม่ชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.66
- 5) ปัญหาด้านบุคลากร พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาพนักงานขาดทักษะและความรู้ในการให้บริการมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 2.36 รองลงมาคือ พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีระดับค่าเฉลี่ย 2.34
- 6) ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานไม่ทันสมัยและไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร เช่น เครื่องบริการน้ำดื่ม เก้าอี้นั่งพักมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.18
- 7) ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาระเบียบ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยากมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ยคือ 2.90 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ นาน มีระดับค่าเฉลี่ย 2.84

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย สาขามูลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นำมาสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ผลการศึกษาปัจจัยการใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่กับธนาคารพบว่าปัจจัยทุกด้านมีบทบาทสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ดังนั้นธนาคารจึงควรเน้นให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยแต่ละด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากร ต้องให้บริการด้วยความสุภาพ อธิบายชี้แจง มีความรู้และความสามารถในการให้คำแนะนำและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้ รวมทั้งการพัฒนาให้มีสาขาให้บริการมากขึ้น และการให้บริการต้องรวดเร็วและเป็นกันเองกับลูกค้า เป็นต้น

2) ผลการศึกษาปัญหาการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคาร พบว่า มีปัญหาด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นคือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ธนาคารจึงควรเน้นการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านราคาที่สูงเกินไป ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมในการสินเชื่อ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงในด้านปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มากเกินไป และวงเงินให้กู้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของธนาคารควรเน้นสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ และทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคค่อนข้างมาก

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารุ่นต่อไป

1) ควรมีการประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาการบริหารและการจัดการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับสูงต่อไป

2) การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบในหลายธนาคาร เพื่อให้เห็นของเด่นชัดของของแต่ละธนาคาร และนำไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธนาคารให้ดีขึ้น

3) ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT analysis) ในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดของธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้ธนาคารนำข้อมูลเชิงลึกเหล่านั้นไปจับคู่เพื่อวิเคราะห์และทำกลยุทธ์ เช่น การนำข้อมูลจุดแข็งและโอกาสมาสร้างกลยุทธ์ หรือจุดแข็งและข้อจำกัด เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ธนาคารได้แผนกลยุทธ์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ชัดเจนมากขึ้น

4) ควรมีการศึกษาการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด กับคู่แข่งอื่น โดยใช้ Revealed Comparative Advantage (RCA) เพื่อจะได้ทราบดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจแต่ละราย และเมื่อนำไปประกอบการกับวิเคราะห์ SWOT และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ธนาคารจะมีข้อมูลที่ชัดเจนมากเพียงพอที่จะทราบตำแหน่งทางธุรกิจของธนาคารในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์และวางแผนกลยุทธ์ต่อคู่แข่งแต่ละรายได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมซึ่งควรศึกษาทั้งคู่แข่งที่เป็นธนาคารและธุรกิจสินเชื่อที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในรูปแบบของธนาคาร