

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารธนชาติ พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ 2) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารธนชาติ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 120 คน โดยการใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ ค่าที ค่าเอฟ และไคสแควร์ ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

1. ลูกค้าธนาคารธนชาติ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 สถานภาพโสด 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

2. ลูกค้าธนาคารธนชาติ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ. ธนาคารธนชาติ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินโตโยต้า จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีการหาข้อมูลมาบ้างก่อนการให้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน คือชื่อเสียง

ของบริษัท 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อแลกเงินกับธนาคารชนชาติ เพราะ เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน 200,001 - 400,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 วงการชำระเงิน 24 วง จำนวน 22.5 คิดเป็นร้อยละ 22.5

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ในภาพรวมลูกค้ามีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าสรุปว่าโดยภาพรวม 1) ลูกค้าธนาคารชนชาติที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงินไม่แตกต่างกัน และ 2) ลูกค้าธนาคารชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

4.1 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

4.2 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อแลกเงินสรุปโดยภาพรวม ลูกค้าที่มีบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน การหาข้อมูลก่อนการให้บริการสินเชื่อแลกเงิน สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน และวงการชำระเงิน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงินไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

5.1 ลูกค้าที่มีบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ และด้านบุคลากร แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้ำที่มียี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน การหาข้อมูลก่อนการ  
ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และวงเงินสินเชื่อกี่ที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ต่างกัน มี  
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อกี่ แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้ำที่มีสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ตัดสินใจใช้  
บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และงวดการชำระเงิน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
สินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมกรใช้บริการ  
สินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้ำธนาคารชนชาติ สรุปว่า 1) เพศของลูกค้ำธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์  
กับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ใช้  
บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ และงวดการชำระเงิน 2) อายุของลูกค้ำธนาคารชนชาติ  
มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ 3) อาชีพของลูกค้ำ  
ธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ 4) ระดับการศึกษาของลูกค้ำ  
ธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการ  
สินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ วงเงินสินเชื่อกี่ที่ได้รับ  
จากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และงวดการชำระเงิน 5) สถานภาพสมรสของลูกค้ำธนาคาร  
ชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ  
ลูกค้ำธนาคารชนชาติมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของ  
ธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้  
นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมกรใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้ำธนาคารชนชาติ พบว่า ลูกค้ำ  
ธนาคารชนชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อกี่กับธนาคารชนชาติมาก่อนและมีเหตุผลที่ใช้บริการ  
สินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติเพราะเป็นลูกค้ำของธนาคารอยู่แล้ว อาจเป็นเพราะ ปัจจุบันมี  
การแข่งขันในตลาดสินเชื่อรถยนต์อย่างรุนแรง ธนาคารชนชาติซึ่งเป็นผู้นำตลาดทางด้านนี้ได้ใช้  
กลยุทธ์ในการแข่งขันโดยใช้ฐานลูกค้ำเก่าที่มีอยู่แล้ว มาต่อยอดในการทำตลาดสินเชื่อรถยนต์ ลูกค้ำ  
ส่วนใหญ่จึงเป็นลูกค้ำเก่าของธนาคารชนชาติ นอกจากนี้สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลก  
เงินส่วนใหญ่ คือชื่อเสียงของบริษัท ซึ่งธนาคารชนชาติได้มีการวางกลยุทธ์ทางด้านนี้ไว้เช่นกัน โดย  
การเสนอภาพลักษณ์ของความเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องสินเชื่อรถยนต์ ที่มีความชำนาญในการตีราคา

รถจึงสามารถอนุมัติได้เร็ว ซึ่งความเร็วในการอนุมัตินี้ กลายเป็นจุดขายสำคัญที่สร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท (สยามรัฐ, 2554 : ออนไลน์)

2. ลูกค้านาคารชนชาติมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธนาคารชนชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการให้บริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ โรยเรณู (2552 : 69) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธนาคารชนชาติมีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ ธนาคารมีความมั่นคง มีการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ การมีส่วนร่วมกับสังคม และการต้อนรับของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ อรรถโสตร์ (2550 : 48) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะอิน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง อยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านการให้บริการ พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ ธนาคารชนชาติมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว มีสาขาที่ให้บริการมากมาย มีเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย พนักงานแนะนำเกี่ยวกับสินเชื่อรถแลกเงินได้ชัดเจน และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สฐิรพงษ์ เครือวงศ์ (2553 : 53) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้านับบริษัทเงินทุนสินอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธนาคารชนชาติมีสาขากระจายอยู่ทั่วไปในทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน สถานที่จอดรถ/เพียงพอ สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ มีที่นั่งรอเพียงพอ และมีป้ายบอกการทำธุรกรรมแต่ละหน้าที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ โรยเรณู (2552 : 67) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการอนุมัติสินเชื่อ พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านการอนุมัติสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธนาคารชนชาติมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ มีความรวดเร็วในการอนุมัติและแจ้งผล การทำนิติกรรมสัญญา นอกจากนี้ยังให้วงเงินอนุมัติสูงสุดร้อยละ 100 ของราคากลาง และไม่มีผู้ค้ำประกันกรณีขอไม่เกินร้อยละ 60 ของราคากลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ โรยเรณู (2552 : 68) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านกระบวนการขอสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธนาคารชนชาติ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ การติดป้ายโฆษณาหน้าอาคารสำนักงาน มีการส่งเสริมการตลาด เช่น แจก แคมเปญชิงโชคกับโครงการผ่อนรถ เปิดบูธบริการในองค์กรบริษัทเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐ เชิญชวนลูกค้าที่ผ่อนชำระหนี้ได้เงื่อนไขธนาคารอนุมัติสินเชื่อให้ต่อและสมนาคุณโดยมอบของรางวัลให้เป็นเช็คนาคาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ โรยเรณู (2552 : 65) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งเสริมสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก

2.6 ด้านบุคลากร พบว่า ลูกค้านาคารชนชาติมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะธนาคารชนชาติ มีการอบรมพนักงานให้มีความสุภาพและอัธยาศัยดี ความเอาใจใส่และกระตือรือร้น มีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ สามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ และสามารถบริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สฐิรพงษ์ เครือวงศ์ (2553 : 52) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้านบริษัทเงินทุนสินอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก

3. ลูกค้านาคารชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน โดยรวมแตกต่างกัน โดยลูกค้านาคารชนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธนาคารมากกว่า ลูกค้านที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท อาจเป็นเพราะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลโดยตรงต่อการชำระหนี้ตามเงื่อนไขของสินเชื่อที่ใช้บริการ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า จึงตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553 :

บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า คนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ธนาคารธนชาติควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมร่วมกับสังคมมากขึ้น และควรมีการประชาสัมพันธ์การมีส่วนร่วมร่วมกับสังคมให้ประชาชนทั่ว ๆ ไปทราบเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

1.2 ด้านการให้บริการ ธนาคารธนชาติควรพัฒนาด้านเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัยอยู่เสมอ

1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง และการอำนวยความสะดวก ธนาคารธนชาติควรจัดสถานที่จอดรถให้สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

1.4 ด้านการอนุมัติสินเชื่อ ธนาคารธนชาติควรออกแบบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสินเชื่อประเภทที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้า

1.5 ด้านส่งเสริมการตลาด ธนาคารธนชาติควรเพิ่มการเปิดบูธบริการในองค์กรบริษัทเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐให้มากขึ้นเพื่อความสะดวกของลูกค้าในองค์กรบริษัทเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐซึ่งมีเวลาเฉพาะช่วงพักกลางวันเท่านั้น

1.6 ด้านบุคลากร ธนาคารธนชาติควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการให้คำแนะนำกับลูกค้า และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

2. ลูกค้าธนาคารธนชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน โดยรวมแตกต่างกัน ดังนั้นธนาคารธนชาติควรมีการคิดผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันไป

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของลูกค้าธนาคารธนชาติ พบว่าเพศมีความสัมพันธ์ กับบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่เคยใช้บริการ ยี่ห้อรถยนต์ที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารธนชาติ

และวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน อาจมีความสัมพันธ์ กับเหตุผลที่ใช้ บริการสินเชื่อรถแลกเงินกับธนาคารชนชาติ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ กับบริษัทสินเชื่อ รถยนต์ที่เคยใช้บริการ สิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน เหตุผลที่ใช้บริการสินเชื่อรถ แลกเงินกับธนาคารชนชาติ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน และงวดการ ชำระเงินที่ต้องการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ กับสิ่งที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถ แลกเงิน ธนาคารชนชาติสามารถใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้ตรงกับ ความ ต้องการของลูกค้ามากที่สุด

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในประเด็นด้านความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อการ ออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรถแลก เงิน ในธนาคารชนชาติ สาขาอื่น ๆ