

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี สรุป อภิปราย และได้ข้อเสนอแนะ ผลการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย สาขาประชาสรรค์ดิ่งส์ สาขาพลับพลา สาขาลุงสาขานายายอาม และสาขาซอยดาว ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 930 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ เขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของทาโรยามานะ (สุณีย์ ล่องประเสริฐ. 2547 : 156) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้ จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไว้ที่สาขาที่กำหนด โดยให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการการแจกทำแบบสอบถาม
2. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับ และตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้รับแบบสอบถามคืนครบ 300 ฉบับ คิดเป็น 100%

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์หาค่าต่างๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี 7 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้การทดสอบค่า t-test การเปรียบเทียบ โดย F-test (One – Way – ANOVA) ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลของของกลุ่มใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยการนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี จำนวน 300 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศสถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 สถานสมรสจดทะเบียน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 อาชีพค้าขาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 สาขาที่ใช้บริการสาขานายายอาม จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็นบีเอ็นรยยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของแต่ละด้าน สรุปผลได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็นบีเอ็นรยยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของ และเอกสารที่ใช้ในการพิจารณาสินเชื่อบีเอ็นบีเอ็นรยยนต์เป็นลำดับสุดท้าย

2.2 ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็นบีเอ็นรยยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด อัตราค่าปรับ อัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ เช่น 36 งวด 48 งวดเป็นลำดับสุดท้าย

2.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็นบีเอ็นรยยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ความสะดวกในการขอใช้บริการ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง และมีช่องทางในการชำระเงินค่างวดหลายช่องทางเป็นลำดับสุดท้าย

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็นบีเอ็นรยยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการส่งเสริมการขาย การตลาด เช่น มีโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลดอัตราดอกเบี้ยหรือการยกเลิกค่าธรรมเนียม และมีทีมงานประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ เช่น ออกแจกใบปลิวเป็นลำดับสุดท้าย

2.5 ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับคือ พนักงานพูดจาสุภาพและแต่งการเรียบร้อย พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการเป็นลำดับสุดท้าย

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับคือ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว ระยะเวลาที่ใช้ในการอนุมัติสินเชื่อเหมาะสม และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อและขออนุมัติเป็นลำดับสุดท้าย

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ เช่น กาแฟ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ มีบรรยากาศในสำนักงานที่ดี น่าเข้าใช้บริการ เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย เป็นลำดับสุดท้าย

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลสรุปได้ดังนี้

3.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมและรายด้านพบว่า ภาพรวม และรายด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

3.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมและรายด้านพบว่า ภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ ส่วนรายด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเอ็มวีของ บริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวม

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าโดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากทั้ง 7 ด้าน โดยเรียงตามลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ ทั้งนี้เนื่องมาจากแนวคิดการดำเนินธุรกิจของ AAM จัดไฟแนนซ์ ที่ให้บริการลูกค้าที่มีคุณภาพสูงที่มุ่งสร้างความเบิกบานใจสูงสุดให้กับลูกค้า โดดเด่นเรื่องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามมาตรฐานงานบริการที่เป็นเลิศ และเรามุ่งเน้นการเติบโตในพื้นที่ภาคตะวันออก และเข้าถึงแหล่งชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทศนีย์ อรรถโสตร์ (2551 : 45) ศึกษาปัจจัยที่มาใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้า ส่วนใหญ่เลือกประเภทของการกู้เป็นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย วงเงินที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ

1.2 ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวด และอัตราค่าปรับ อาจเป็นผลมาจากการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ในปัจจุบันมีเพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้เงื่อนไขการให้บริการเป็นที่ดึงดูดใจลูกค้า และสามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ทันที และมีความคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชัชวิน พิษญกุล (2551 : 40) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับวงเงินที่ยื่นกู้ทั้งหมดรวม 10

ปัจจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ระดับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ วงเงินผ่อนต่องวด ค่าธรรมเนียมในการกู้ และวิธีในการชำระเงินคืน

1.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการขอใช้บริการ มีช่องทางในทางการติดต่อหลายช่องทาง และการมีจำนวนสาขามากสะดวกในการใช้บริการ ทั้งนี้ ตรงกับหลักพันธกิจของ AAM จัดไฟแนนซ์ ที่ว่า “เราจะเป็นร้านจัดไฟแนนซ์ที่มอบความคุ้มค่าและเบิกบานใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยการสะดวกใช้ สะดวกใจ สบายใจ และมั่นใจ” ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพ็ญศรี บรรทัดธรรม (2550 : 37) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อทะเบียนของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ขึ้นอยู่กับความสะดวก และลูกค้าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจระดับมากในด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ และการปฏิบัติงานของพนักงานทำให้เกิดความสะดวกในการขอใช้บริการ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ คำแนะนำจากผู้อื่นที่เคยใช้บริการ มีการส่งเสริมการขาย การตลาด เช่น มีโปรโมชันพิเศษ และส่วนลดอัตราดอกเบี้ยหรือการยกเลิกค่าธรรมเนียม ทั้งนี้ การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจบริการ เพราะผู้ที่เคยใช้บริการจะทราบว่าบริการของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร จากประสบการณ์ของตนแล้วถ่ายทอดประสบการณ์นั้นต่อไปยังผู้ซึ่งอาจจะเป็นผู้ใช้บริการในอนาคต ส่วนการมีการส่งเสริมการขายการตลาดนั้นทำให้สามารถดึงดูดความสนใจ เชิญชวนและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วทันที ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นันธมน อังกานภาพ (2547 : 28) ศึกษาปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ให้บริการในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในระดับมาก

1.5 ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ใน

ระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพและแต่งการเรียบร้อย พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ขวัญภา เจริญษา (2550 : 43) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นด้วยว่านโยบายของธนาคารมีประโยชน์ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อธนาคาร และพนักงานให้บริการด้วยการให้คำแนะนำที่ดี

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ให้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว ระยะเวลาที่ใช้ในการอนุมัติสินเชื่อเหมาะสม มีระเบียบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ โดยทั่วไป ขั้นตอนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจ จะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการสินเชื่อ ส่วนด้านความหลากหลายต้องพิจารณาความมีอิสระ ความยืดหยุ่น และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ เช่น การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติพิเศษ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชัชวิน พิษณุกุล (2551 : 24) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี โดยรวมผู้ให้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ เช่น กาแฟ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ มีบรรยากาศในสำนักงานที่ดี นำเข้าใช้บริการ การรักษาความสะอาด และมีระเบียบในสำนักงาน การสร้างภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและการ

แบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการ ได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทศนีย์ อรรถธิโสตร์ (2551 : 37) ศึกษาปัจจัยที่มาใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ในด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านชื่อเสียงความมั่นคงและด้านอาคารสถานที่

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อภิปรายผล ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่าในภาพรวมและด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญศรี บรรทัดธรรม (2550 : 55) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเคหะของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านระยะเวลาของการพิจารณาสินเชื่อ ด้านการให้บริการด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ และด้านค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อแตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนรายด้านทุกด้านที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวิน พิชญกุล (2551 : 33) ศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับวงเงินที่ยื่นกู้ ทั้งหมดรวม 10 ปัจจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ระดับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ วงเงินผ่อนต่องวด ค่าธรรมเนียมในการกู้ และวิธีในการชำระเงินคืน

2.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเยนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวิน พิษณุกุล (2551 : 37) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบีเยนรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับวงเงินที่ยื่นกู้ ทั้งหมดรวม 10 ปัจจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ระดับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ วงเงินผ่อนต้องงวด ค่าธรรมเนียมในการกู้ และวิธีในการชำระเงินคืน

2.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเยนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทมน อองคานุกา (2547 : 44) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ให้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

2.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบีเยนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตติมา วงศ์เตรียมใจ (2550 : 33) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ายในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัทลิสซิ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า อาชีพของลูกค้ายส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

2.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวิน พิษณุกุล (2551 : 37) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับวงเงินที่ยื่นกู้ ทั้งหมดรวม 10 ปัจจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ระดับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ วงเงินผ่อนต่องวด ค่าธรรมเนียมในการกู้ และวิธีในการชำระเงินคืน

2.7 ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านที่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันธมน อังกานูภาพ (2547 : 44) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้ให้บริการในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

2.8 ผู้ใช้บริการใช้สาขาที่บริการต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี พบว่า ภาพรวมและด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ อรรถโสตร์ (2551 : 45) ศึกษาปัจจัยที่มาใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ในด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านชื่อเสียงความมั่นคงและด้านอาคารสถานที่ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของบริษัท AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่ จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากแต่สิ่งที่จะต้องพัฒนาต่อคือความหลากหลายของประเภทสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ให้มากขึ้น ครอบคลุมและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าทุกประเภท ลดเอกสารที่ใช้ในการพิจารณาสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ พิจารณาเรื่องของบุคคล สินทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันเหมาะสม โดยนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มเติม
2. ด้านราคา จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ควรปรับปรุงเงื่อนไขระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ กำหนดอัตราดอกเบี้ยที่สามารถจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ ควรปรับปรุงในเรื่องอัตราค่าปรับลงให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า วงเงินที่ใช้บริการและควรมีอัตราไม่สูงเกินไป
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มีความขึ้นเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมถึงการเพิ่มสาขาในการให้บริการให้มีความขึ้นครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อจะได้เป็นการเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วถึง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ควรมีการจัดกลุ่มพนักงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริการได้โดยตรงทั้งที่บ้านพักอาศัยหรือสถานที่ประกอบการของผู้ใช้บริการ เช่น การออกบูธ แจกใบปลิว ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการรักษาความมีชื่อเสียงให้มากยิ่งขึ้น เช่น ป้ายไฟเวอริบอร์ด ใบปลิว คลื่นวิทยุ
5. ด้านบุคลากร จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ควรมีการจัดอบรมให้กับพนักงานที่ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี โดยควรเน้นเรื่องของคุณภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม

แจ่มใส เป็นกันเองและมีอัธยาศัยที่ดี พร้อมทั้งจะให้บริการเพื่อจะได้ให้บริการกับลูกค้ารวมถึงให้คำแนะนำและคำอธิบายที่ถูกต้องและเหมาะสมกับลูกค้า เพื่อลูกค้าจะได้เกิดความพึงพอใจและเต็มใจที่จะใช้บริการต่อไป

6. ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทของผู้นับถือในระดับมาก ควรปรับปรุงลดขั้นตอนในการติดต่อและการอนุมัติสินเชื่อลงเพื่อให้เกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่นการสมัครขอสินเชื่อทางอินเทอร์เน็ต ควรมีนโยบายให้พนักงานชี้แจงข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่ถูกต้องแม่นยำให้ลูกค้าทราบทุกครั้งที่ใช้บริการ จัดจำนวนพนักงานให้เพียงพอในการให้บริการลูกค้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทของผู้นับถือในระดับมาก ควรพัฒนาอุปกรณ์สำนักงานรวมถึงอุปกรณ์การให้บริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยในแต่ละช่องทางของการให้บริการของลูกค้า เช่น โทรศัพท์วงจรปิด มีระบบการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่ใช้บริการที่ได้มาตรฐาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการสินเชื่อบริษัทของ AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทของ AAM จัดไฟแนนซ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี
3. ควรศึกษากลยุทธ์การให้บริการสินเชื่อบริษัทของสถาบันการเงินที่เป็นกลุ่มธนาคารพาณิชย์