

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	9
1.4 ขอบเขตการศึกษา	9
1.5 นิยามศัพท์	10
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	11
2.1.2 ทฤษฎีการบริโภคสินค้าประเภทคงทน	12
2.1.3 ทฤษฎีการบริโภค	14
2.1.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	22
2.1.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	23
2.1.6 แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ	25
2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์การให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	26
2.1.8 แนวความคิดเกี่ยวกับการให้เช่าสินทรัพย์แบบลิสซิ่ง	28
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
2.3 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	35

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย	36
3.2	การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
3.3	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	37
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	39
4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ	43
4.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	51
4.4	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.5	ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	58
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	62
5.2	ข้อเสนอแนะ	65
5.2.1	ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	65
5.2.2	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษากครั้งต่อไป	67
	เอกสารอ้างอิง	68

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อ/สินเชื่อเช่าซื้อ/รถจักรยานยนต์ของจังหวัดเชียงราย	71
ภาคผนวก ข	แบบสอบถาม	73
ประวัติผู้เขียน		81

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงการเปรียบเทียบยอดขายรถยนต์ส่วนบุคคลระหว่างปี 2550 – 2551	2
1.2	แสดงมูลค่าการนำเข้า – ส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย	3
1.3	ประมาณการยอดคงค้างสินเชื่อเพื่อให้เช่าซื้อรถยนต์ในระบบสถาบันการเงิน	7
4.1	แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	39
4.2	แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	40
4.3	แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส	41
4.4	แสดงข้อมูลด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.5	แสดงข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.6	แสดงข้อมูลรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.7	แสดงข้อมูลการเคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.8	แสดงบริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ	44
4.9	แสดงข้อมูลยี่ห้อรถที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคาร ของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.10	แสดงพฤติกรรมการหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนใช้บริการ	46
4.11	แสดงสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	46
4.12	แสดงเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน)	47
4.13	แสดงวงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคาร ชนชาติ จำกัด (มหาชน)	48
4.14	แสดงระยะเวลางวดการชำระเงินที่ได้รับ	49
4.15	แสดงความสามารถในการส่งชำระค่างวดตามเงื่อนไข	50
4.16	แสดงความพึงพอใจในการให้บริการ	50
4.17	แสดงการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	51

4.18	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร	51
4.19	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการ	52
4.20	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	53
4.21	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ	53
4.22	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด	54
4.23	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร	54
4.24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.25	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	58
4.26	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา	59
4.27	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	59
4.28	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	60
4.29	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านบุคลากร	60
4.30	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	61
4.31	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	61

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	แสดงยอดขายรถยนต์ในประเทศของเดือนมกราคม – ธันวาคม 2551	3
2.1	เส้นการบริโภคระยะสั้นของเคนส์	15
2.2	การเปลี่ยนแปลงการใช้จ่ายในการบริโภคของบุคคลในระยะสั้นเมื่อเผชิญกับ วัฏจักรธุรกิจ	16
2.3	เส้นการบริโภคในระยะสั้นและระยะยาวจากผลการศึกษาของคูซเน็ตส์	17
2.4	เส้นการบริโภคระยะสั้นและระยะยาวตามทฤษฎีรายได้สัมพัทธ์	18
2.5	กระแสรายได้ตลอดช่วงชีวิตของบุคคลและเส้นการบริโภค	20
2.6	เส้นการบริโภคระยะสั้นและระยะยาวในทรנסอะของแอนโดและโมดิเกลีย	21
2.7	แสดงรูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (model of consumer behavior)	23
2.8	แสดงกรอบแนวคิดทางทฤษฎี	35