

## สารบัญ

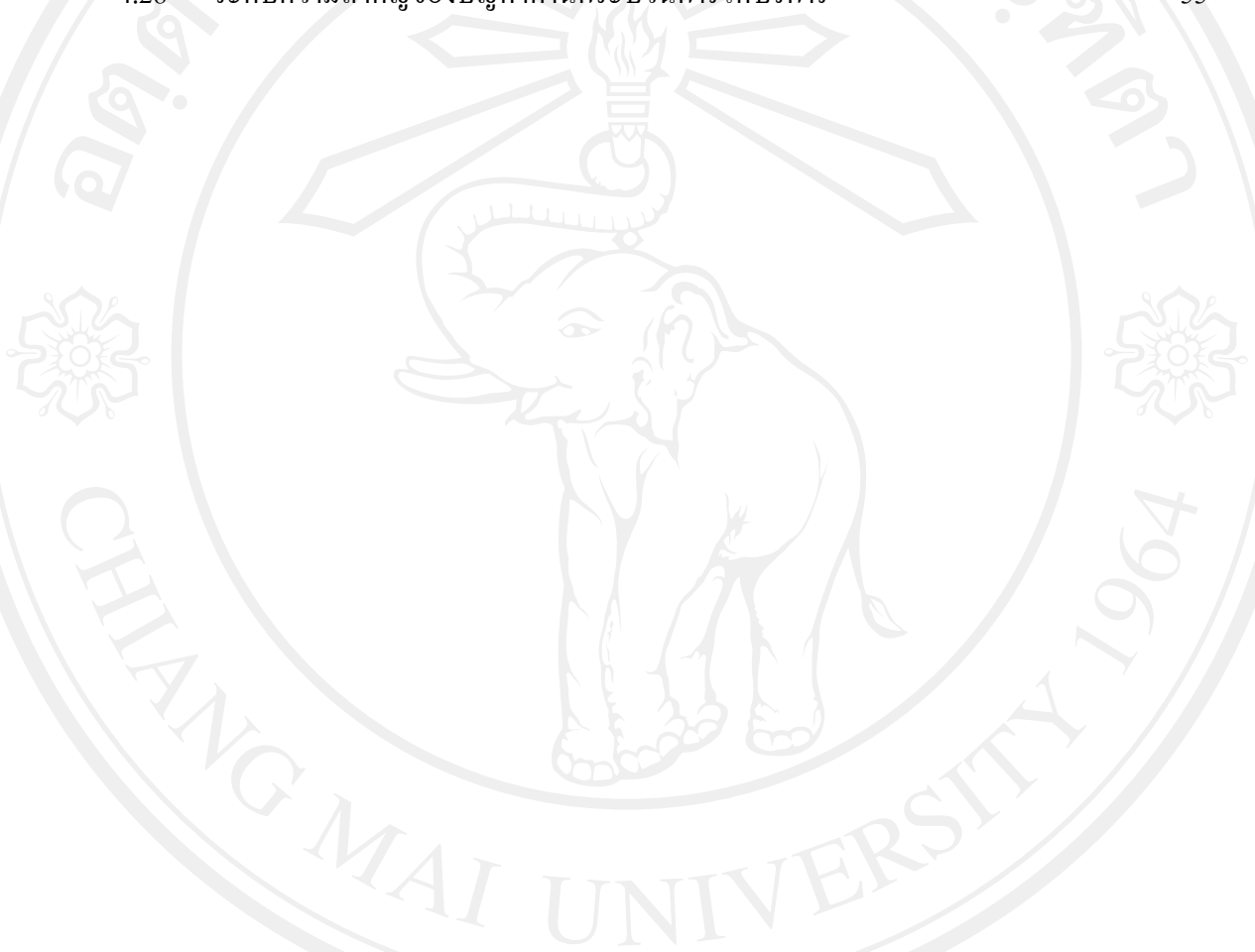
	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
<b>บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	30
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	33
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	36
4.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ	38

4.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคาร	45
4.4	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	49
4.5	ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	51
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	56
5.2	ข้อเสนอแนะ	60
5.2.1	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	60
5.2.2	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป	60
	เอกสารอ้างอิง	62
	ภาคผนวก	64
	ประวัติผู้เขียน	73

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2554 – 2555	2
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	37
4.2	ข้อมูลการเคยใช้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.3	บริษัทสินเชื่อรถยนต์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ	39
4.4	ข้อมูลยี่ห้อรถที่ซื้อและนำมาใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.5	การหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างก่อนใช้บริการ	41
4.6	โฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	41
4.7	เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด	42
4.8	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด	43
4.9	แสดงระยะเวลาวงวดการชำระเงินที่ได้รับ	43
4.10	ความสามารถในการส่งชำระค่าวงวดตามเงื่อนไข	44
4.11	ความพึงพอใจในการให้บริการ	44
4.12	แสดงการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ	45
4.13	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด	45
4.14	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร	46
4.15	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการ	47
4.16	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพของธนาคาร	47
4.17	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่	48
4.18	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ	48
4.19	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด	49
4.20	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคกับการตัดสินใจใช้บริการ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กสิกรไทย	50
4.21	ระดับความสำคัญของปัญหาโดยรวม	52
4.22	ระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	52
4.23	ระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา	53

4.24	ระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	53
4.25	ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	54
4.26	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาด้านบุคลากร	54
4.27	ระดับความสำคัญของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	55
4.28	ระดับความสำคัญของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	55



## สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	แสดงยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศของปี 2554 – 2555	3
2.1	เส้นการบริโภคระยะสั้นของเคนส์	13
2.2	การเปลี่ยนแปลงการใช้จ่ายในการบริโภคของบุคคลในระยะสั้นเมื่อเผชิญกับ วัฏจักรธุรกิจ	14
2.3	เส้นการบริโภคในระยะสั้นและระยะยาวจากผลการศึกษาคู่ขนาน	15
2.4	เส้นการบริโภคระยะสั้นและระยะยาวตามทฤษฎีรายได้สัมพันธ์	16
2.5	กระแสรายได้ตลอดช่วงชีวิตของบุคคลและเส้นการบริโภค	19
2.6	เส้นการบริโภคระยะสั้นและระยะยาวในธรรมชาติของแอนโดและโมดิเกเลีย	20
2.7	แสดงรูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (model of consumer behavior)	22
2.8	แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา	31