

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1	
บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิด และทฤษฎี	5
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
ระยะเวลาในการศึกษา	11
บทที่ 4	
ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อ	
เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม	
การตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ	
เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	24

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี จำแนกตาม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้	37
ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ในการใช้บริการ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	91
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	96
สรุปผลการศึกษา	96
อภิปรายผลการศึกษา	106
ข้อค้นพบ	108
ข้อเสนอแนะ	109
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	117
แบบสอบถาม	118
ประวัติผู้เขียน	125

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งของการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางในการชำระเงินค่าวงรถยนต์	23
12 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	24
13 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	25
14 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	26

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	27
16 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	29
17 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเข้าซื้อ รถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	31
18 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อ เพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	33
19 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเข้าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	35
20 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	37
21 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	39
22 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	41
23 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	43
24 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	48
26 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	51
27 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ	53
28 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	56
29 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	58
30 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	60
31 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	62
32 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	64
33 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	66
34 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	68
35 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้าน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	70
36 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามรายได้	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้	74
38 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้	76
39 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้	78
40 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้	80
41 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้	83
42 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตาม รายได้	86
43 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้	88
44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี	91
45 แสดงปัญหาที่พบจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี จำนวน 225 ราย จำแนกตามปัจจัยในแต่ละด้าน	92
46 แสดงจำนวนข้อเสนอแนะจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี จำนวน 225 ราย จำแนกตามปัจจัยในแต่ละด้าน	94
47 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก	100

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
48 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก	102
49 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนการศึกษาของผู้ตอบ แบบสอบถามโดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก	104