ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
250315

ความต้องการของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับบริษัทเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

เชียรไชย พัฒนกิจจำรูญ

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2554

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
250315

ความต้องการของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

เธียรไชย พัฒนกิจจำรูญ

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

ความต้องการของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

โดย

เธียรไชย พัฒนกิจจำรูญ

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา .....
(รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก)
วันที่ 11 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

กรรมการที่ปรึกษา .....
(รองศาสตราจารย์คลกร ขวัญดำ)
วันที่ 11 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

กรรมการที่ปรึกษา .....
(อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)
วันที่ 11 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร .....
(อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)
วันที่ 11 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว .....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
วันที่ 15 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่องภาษาไทย	ความต้องการของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายเธียรไชย พัฒนกิจจำรูญ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก

บทคัดย่อ

250315

การศึกษา เรื่อง ความต้องการของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ และ (2) ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ และ (3) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อกับทางธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการรถยนต์มือสองจำนวน 80 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น .918 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ในรายด้านปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านสถานที่ สำหรับการศึกษาปัญหาในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า โดยรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ในรายด้านปัจจัยที่มีปัญหาระดับปานกลางคือ ด้านสถานที่ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยที่มีปัญหาระดับน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในรายด้านปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ปัจจัยที่มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยที่มีความพึงพอใจระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านสถานที่ และสำหรับการศึกษาความ

250315

ต้องการของผู้ประกอบการในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ พบว่า โดยรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ในรายด้านมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

Title	Needs for the Selection of Car Hire-Purchase Service Using with Kiatnakin Bank Limited (Public), Chiang Mai Branch of Second Hand Car Entrepreneurs
Author	Mr. Thienchai Pattanakitchamroon
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Jamnian Bunmark

ABSTRACT

250315

The objectives of this study were to investigate: 1) market factors in the selection of car hire – purchase credit service using; 2) problems encountered in the car hire-purchase credit service using; and 3) satisfaction with the car hire purchase credit service using provided by Kiatnakin Bank Limited (Public), Chiang Mai branch. The sample group in this study consisted of 80 second hand car entrepreneurs. A set of questionnaires with the reliability value of 918 was used for data collection. Obtained data analyzed by using the Statistical Package.

Results of the study revealed that there was a high level of the importance of market factors in the selection of car hire – purchase credit service using. The following factors were found at a high level: personnel, service process, and physical appearance. Market promotion and place factors were found at a moderate level. For problems encountered, the following factors were found at a moderate level: place, market promotion, and physical appearance. The following factors were found at a low level: service process, personnel, price, and product. As a whole, the respondents had problems in the car hire-purchase service using at a moderate level. The following factors were found at a moderate level: place, market promotion, and physical appearance. The following were found at a low level: service process, personnel price, and product. As a whole, the respondents were satisfied with the car hire-purchase credit service using at a high level. Product and price were found at a highest level. The following were found at a high level: personnel, service process, and physical appearance. Market promotion and place were found at a low level. As a whole the respondents had a high level of

250315

needs for the car hire-purchase credit service using based on the following factors: product, price, personnel, service process, place, physical appearance, and market promotion, respectively.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์ทุกท่านทั้งจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้และอาจารย์พิเศษจากสถาบันอื่นๆ ที่ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และให้การชี้แนะแนวทางต่างๆ ตลอดการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการที่ปรึกษา อันประกอบด้วย ท่านรองศาสตราจารย์ จำเนียร บุญมากประธานกรรมการที่ปรึกษา ท่านอาจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง และรองศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือแนะนำและช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้ผลการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และญาติพี่น้องทุกท่านที่ได้ส่งเสริมให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา ขอขอบคุณผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง จ.เชียงใหม่ และทางเจ้าหน้าที่ทางธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด(มหาชน) เชียงใหม่ทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดี ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของคณะบริหารธุรกิจและเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกตามขั้นตอนของบัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนเพื่อรุ่นพี่/รุ่นน้องและเพื่อนร่วมรุ่นนักศึกษาปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ รุ่นที่ 15 ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการทำงานวิจัยครั้งนี้

หากงานวิจัยฉบับนี้มีส่วนดีและเป็นประโยชน์ ผู้วิจัยขอมอบความดีนั้นให้บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัย หากมีข้อบกพร่องผู้วิจัยขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

เธียรไชย พัฒนกิจจำรูญ

พฤศจิกายน 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	4
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	8
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	9
แนวคิดของผู้ประกอบการ	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
กรอบแนวคิดในการวิจัย	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	24
สถานที่ดำเนินการศึกษา	24
ประชากร	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	25

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	27
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง	28
ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	29
ส่วนที่ 3 ปัญหาในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	38
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์	45
ส่วนที่ 5 ความต้องการของผู้ประกอบการในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ	54
ส่วนที่ 6 สมมติฐาน	62
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
สรุปผลการศึกษา	87
อภิปรายผลการวิจัย	94
ข้อเสนอแนะ	100
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	103
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	106
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	107
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	116

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ	28
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการขายรถยนต์มือสองต่อเดือน	28
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินหมุนเวียน	29
4	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
5	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านราคา	31
6	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านสถานที่	32
7	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการใช้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	33
8	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านบุคลากร	34
9	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	35
10	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	36

ตาราง		หน้า
11	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองโดยรวม	37
12	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์	38
13	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านราคา	39
14	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านสถานที่	40
15	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านการส่งเสริมการตลาด	41
16	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านบุคลากร	42
17	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านกระบวนการให้บริการ	43
18	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	44
19	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ รถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการ โดยรวม	45

ตาราง		หน้า
20	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์	46
21	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านราคา	47
22	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านสถานที่	48
23	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านการส่งเสริมการตลาด	49
24	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านบุคลากร	50
25	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านกระบวนการให้บริการ	51
26	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	52
27	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง โดยรวม	53
28	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์	54

ตาราง		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านราคา	55
30	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านสถานที่	56
31	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านการส่งเสริมการตลาด	57
32	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านบุคลากร	58
33	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านกระบวนการให้บริการ	59
34	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	60
35	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง โดยรวม	61
36	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการตัดสินใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ	63
37	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการตัดสินใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามจำนวนเงินหมุนเวียน	65
38	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการตัดสินใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ด้านการตลาดเป็นรายคู่ จำแนกตามเงินหมุนเวียน	66

ตาราง		หน้า
39	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการตัดสินใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามปริมาณการขายรถยนต์ต่อเดือน	67
40	เปรียบเทียบความแตกต่างระดับการตัดสินใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นรายคู่ จำแนกตามปริมาณการขายรถยนต์ต่อเดือน	69
41	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ	70
42	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามจำนวนเงินหมุนเวียน	72
43	เปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัญหาในการเลือกใช้บริการสินชื่อเช่าซื้อรถยนต์ด้านบุคลากรเป็นรายคู่ จำแนกตามจำนวนเงินหมุนเวียน	73
44	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัญหาในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามปริมาณการขายรถยนต์ต่อเดือน	74
45	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ	76
46	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามจำนวนเงินหมุนเวียน	78
47	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดในการ เลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามปริมาณการขายรถยนต์ต่อเดือน	80
48	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความต้องการปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ	82
49	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความต้องการปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามจำนวนเงินหมุนเวียน	84
50	ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความต้องการปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้ บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จำแนกตามปริมาณการขายรถยนต์ต่อเดือน	86

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ประมาณการยอดขายรถยนต์ในประเทศปี 2553	2
2	ส่วนแบ่งทางการตลาดภาพรวมของธุรกิจเช่าซื้อรายบริษัท	5
3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	23