

248313

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248313

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้า
ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด(มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ศุภกิจ จิตญาโน

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เมษายน 2555



ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อรถยนต์ของลูกค้า
ธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่



ศุภกิจ จิตญาโน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เมษายน 2555

ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้า
ธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่

ศุภกิจ จิตญาโณ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

..... *เกษิ โศภณันต์กุล* ประธานกรรมการ

อ.ดร.รสริน โอสถำนันต์กุล

..... *รศ.สุรภร วิเศษสุวรรณ* กรรมการ

รศ.สุรภร วิเศษสุวรรณ

..... *รศ.วัชร พฤษณิกานนท์* กรรมการ

รศ.วัชร พฤษณิกานนท์

..... *รศ.ดร.วินัส ฤชัย* กรรมการ

รศ.ดร.วินัส ฤชัย

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

..... *รศ.วัชร พฤษณิกานนท์* อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.วัชร พฤษณิกานนท์

..... *รศ.ดร.วินัส ฤชัย* อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

รศ.ดร.วินัส ฤชัย

9 มีนาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ วชิร พฤทธิกานนท์ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา คำชี้แนะ และแนวทางในการทำการค้นคว้าแบบอิสระ จนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งผู้เขียนกราบขอบพระคุณอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อ.ดร.รสริน โอสนานันต์กุล ประธานกรรมการ รศ.ดร.วินัส ฤาชัย กรรมการ และ รศ.สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาด ตลอดจนให้คำแนะนำต่างๆ อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณาจารย์รับเชิญทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดจนแง่คิดในด้านต่างๆ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ ตลอดจนบรรณารักษ์ห้องสมุด คณะเศรษฐศาสตร์ ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่างๆ เป็นอย่างดียิ่งตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อจิติ และคุณแม่ปรางค์ จิตญาโณ บุพการี ผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างและคอยเป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณคุณวิรัช จิตญาโณ , คุณชลหทัย บุญชัย, คุณพัชฌิมา อุทัย และ ครอบครัวอุทัย ที่คอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจและเป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดีในงานวิจัยเล่ม และสุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ คณะเศรษฐศาสตร์ ที่คอยช่วยเหลือทั้งในเรื่องการเรียน การทำวิจัย และประสบการณ์ชีวิตที่ดี

สุดท้ายนี้ หากการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่งานที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้ที่สนใจข้อมูล ผู้เขียนขอมอบความดีงามให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน และในส่วนของข้อผิดพลาดหรือความบกพร่องต่างๆ ผู้เขียนขออภัยไว้เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ ที่นี้

ศุภกิจ จิตญาโณ

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของ
ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายศุภกิจ จิตญาโน

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

รศ.วัชร พฤทธิกานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.ดร.วินัส ฤชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

248313

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์คือ หนึ่ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ สาม เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้ามาใช้บริการ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนับจำนวน 400 ตัวอย่าง และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ใช้การวิเคราะห์แบบไคสแควร์ (Chi-square) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ใช้มาตราวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) และการวิเคราะห์ปัญหาใช้การวิเคราะห์โดยการจัดลำดับ (Ranking)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ กับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่า

เพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่ 30-49 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-39,999 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ กับธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อ 300,000-599,999 บาท ส่วนมากเลือกระยะเวลาผ่อนชำระค่ารถมากกว่า 60 เดือน อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับส่วนใหญ่ ร้อยละ 3.00-5.99 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มียอดการชำระสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ต่อเดือนอยู่ที่ 6,000-7,999 บาท และส่วนใหญ่สะดวกที่จะชำระค่าบริการที่ธนาคารเกียรตินาคินโดยตรง ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ไม่เคยผิन्छชำระหนี้ ประเภทรถยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการเช่าซื้อเป็นรถมือสอง และใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ รถกระบะเป็นส่วนมาก

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษากับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ อาชีพกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ รายได้รวมเฉลี่ยกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ อายุกับการผิन्छชำระหนี้ สถานภาพสมรสกับการผิन्छชำระหนี้ อาชีพกับการผิन्छชำระหนี้ รายได้รวมเฉลี่ยกับการผิन्छชำระหนี้

ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ทั้งสองปัจจัยมีระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญมาก, และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญปานกลาง ตามลำดับ

ผลการศึกษาความสำคัญของปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่าปัญหาที่มีความสำคัญอันดับหนึ่งคือปัญหาด้านราคา รองลงมาได้แก่ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านสถานที่ และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

Independent Study Title Factors Affecting the Use of Automobile Loan of Customers from Kiatnakin Bank (Public) Co., Ltd. in the Chiang Mai Branch

Author Mr. Supakit Thitayano

Degree Master of Economic

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Watcharee Prugsiganont Advisor

Assoc.Prof.Dr.Venus Rauechai Co-advisor

ABSTRACT

248313

The objectives of this study are firstly, to study customer behavior on selecting automobile loan service in Chiang Mai branch, secondly, to study the factors affecting the use of automobile loan among Kiatnakin Bank (Public) Co., Ltd.'s customers– Chiang Mai Branch, and finally to identify problems and recommendation from customers.

Primary data were collected from questionnaire which was distributed to walk-in customers to Kiatnakin Bank (Public) Co., Ltd.'s Chiang Mai Branch. A total of 400 samples was taken then in total, processed with Chi-square to find the relation between factors and selection behavior. The relationship between marketing mix and behavior of using automobile service is rated by Likert's Scale with the ranking analysis.

The research result from Kiatnakin Bank (Public) Co., Ltd.'s, Chiang Mai branch of the sample found that most of them were male aged between 30 and 49 years of age, educated at a bachelor degree level, who were business owners with a monthly income of 20,000-39,999 baht ,with a loan size of 300,000-599,999 bath . Most of them selected 60 months or longer payment period.

The interest rate is around 3.00-5.99% reflecting 6,000-7,999 bath installment and the most preferable payment channel is via the bank branch. Most customers pay monthly installment on time and popular type of vehicle is second-hand pick-up truck.

The coefficient of some factors found that factors had relationships with statistically significance difference at .05 level are education level and loan size, occupation and loan size, average monthly income and loan size, age and loan delinquency, marital status and loan delinquency, occupation and loan delinquency, average monthly income and loan delinquency.

The marketing mix affecting Chiang Mai customer decision on automobile loan service selection with highest average is approval process, the second high is price. The other factors were personnel, place, and product with high average and medium average for marketing promotion factor.

The most important problem according to Chiang Mai customer is price. The lower ranked problems are product, personnel, approval process, place and marketing promotion respectively.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
 บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	8
1.4 ขอบเขตการศึกษา	9
1.5 นิยามคำศัพท์	9
 บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)	11
2.1.2 ฟังก์ชันของอุปสงค์	13
2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ(Marketing Mix)	16
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
 บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	24
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	25
3.3 ข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล	25
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27

บทที่ 4 ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้า ธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่	31
4.2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่	34
4.3 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่	38
4.4 ปัจจัยด้านส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่	49
4.5 การวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของ ลูกค้า ธนาคารเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่	100

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา	101
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	105
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	106

เอกสารอ้างอิง	107
---------------	-----

ภาคผนวก	108
---------	-----

ประวัติผู้เขียน	115
-----------------	-----

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงปริมาณสินเชื่อ เงินฝาก อัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก และอัตรา การเจริญเติบโตของสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	1
1.2 แสดงรูปแบบและมูลค่าการให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคล ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	2
1.3 แสดงจำนวนรถยนต์ทุกประเภทที่จดทะเบียนสะสมปีพ.ศ. 2548 – 2553	3
1.4 แสดงสินเชื่อธนาคารเกียรตินาคินจำแนกตามประเภท	7
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	31
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	31
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพสมรส	32
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	32
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	33
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	33
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินที่ได้รับสินเชื่อ	34
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ	34
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านิติบุคคล สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการผ่อนชำระ	35

4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามยอดการผ่อนชำระต่อเดือน	35
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามช่องทางในการชำระเงินค่างวด	36
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามการผิคนัดชำระหนี้	36
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่เช่าซื้อ	37
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามชนิดรถยนต์ที่เช่าซื้อ	37
4.15	แสดงความสัมพันธ์ของเพศกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อจากทางธนาคาร	38
4.16	แสดงความสัมพันธ์ของอายุกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อจากทางธนาคาร	39
4.17	แสดงความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อจากทางธนาคาร	40
4.18	แสดงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อจากทางธนาคาร	41
4.19	แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อจากทางธนาคาร	42
4.20	แสดงความสัมพันธ์ของรายได้รวมเฉลี่ยกับวงเงินที่ได้รับสินเชื่อจากทางธนาคาร	43
4.21	แสดงความสัมพันธ์ของเพศกับการผิคนัดชำระหนี้	44
4.22	แสดงความสัมพันธ์ของอายุกับการผิคนัดชำระหนี้	44
4.23	แสดงความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับการผิคนัดชำระหนี้	45
4.24	แสดงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการผิคนัดชำระหนี้	46
4.25	แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพกับการผิคนัดชำระหนี้	47
4.26	แสดงความสัมพันธ์ของรายได้รวมเฉลี่ยกับการผิคนัดชำระหนี้	48
4.27	แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	49
4.28	แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	50
4.29	แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพสมรส	51

[illegible]

[illegible]

- 4.55 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
เช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ 87
- 4.56 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
เช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ 89
- 4.57 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
เช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ 91
- 4.58 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
เช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ 93
- 4.59 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใ้
บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน
สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพสมรส 93
- 4.60 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการ
สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนก
ตามระดับการศึกษา 94
- 4.61 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการ
สินเชื่อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ 96
- 4.62 แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลอิทธิพลต่อการใช้บริการ
สินเชื่อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ 97
- 4.63 แสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของลูกค้านาคาการเกียรตินาคิน
สาขาเชียงใหม่ จำแนกตาม ค่าเฉลี่ย และลำดับ 99
- 4.64 แสดงลำดับความสำคัญของปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของ
กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ 100

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 แสดงปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในกลุ่มธนาคาร 6 อันดับแรก	5
1.2 แสดงส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในกลุ่มธนาคาร 6 อันดับแรก	5
3.1 แสดงกรอบแนวคิดของจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ สินเชื่อบริษัท	24