

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล ของ บริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

นายธีรวุฒิ สีนะ

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลของบริษัท นิสสัน ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 400 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-Test และค่าไค-สแควร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่าสัดส่วนของประชากรที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ ตั้งแต่ 20-29 มีสถานภาพ โสด ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี / เทียบเท่า อาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-15,000 บาท และเป็นประชากรที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-5 คน จากข้อคำถามเหตุผลที่ขอใช้บริการ สรุปได้ว่าเหตุผลด้านเงื่อนไขทางแคมเปญส่งเสริมการขาย/ การตลาด เชื่อมโยง ทราบถึงข้อมูลในการขอใช้บริการ จากการชักชวนจากพนักงาน จะเป็นประชากรที่ปัจจุบันยังไม่เคยใช้บริการ ขอผ่อนสินเชื่อจำนวน 5 ปี (60 งวด) เลือกช่องทางในการผ่อนชำระค่างวด ชำระผ่าน 7-11 วงเงินที่ขอกู้และได้รับการอนุมัติที่ 350,000 – 500,000 บาท และจากข้อคำถามวงเงินตัวแปรคั้นใหม่ สรุปได้ว่าพฤติกรรมของประชากรที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มากที่สุดจะเป็นประชากรที่ใช้เงินตัวแปรคั้นใหม่ ที่ตัวแปร 25% ของราคาารถ ผลการศึกษาคั้งนี้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อบุคคลหรือสินทรัพย์ที่ใช้ร่วมค้ำประกันสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ปัจจัยด้านราคา ,ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ,ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความสำคัญในระดับ มาก เท่ากันในทุกๆข้อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อสถานที่ ,ทำเล ,ที่ตั้งในการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อเอกสารสัญญาบงบอกถึงองค์กร /บริษัทอย่างชัดเจน ถูกต้อง และสุดท้ายปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (เจ้าหน้าที่สินเชื่อ) มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อทุกๆข้อ ยกเว้น ข้อเจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความหน้าเชื่อถือ มีค่าความสำคัญในระดับ มาก การพิจารณาเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จะค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ คือปัจจัยวงเงินยอดขอกู้สินเชื่อที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ ปัจจัยสถานที่, ทำเล ,ที่ตั้งในการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ปัจจัยการมอบสิทธิพิเศษหรือเงื่อนไขที่ดีกว่าแก่ลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการ ปัจจัยเอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อไม่ยุ่งยาก มากมาย ง่ายต่อการเข้าใจและเตรียมเอกสาร ปัจจัยเอกสารสัญญาบงบอกถึงองค์กร /บริษัทอย่างชัดเจน ถูกต้อง และสุดท้ายปัจจัยส่วนบุคคลด้านผู้ให้บริการ จะค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยเจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความหน้าเชื่อถือ

คำสำคัญ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล, บริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง, สัญญาบงบอก

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันนี้รถยนต์ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งในส่วนของการใช้ในการทำงานหรือการใช้ในการประกอบธุรกิจรวมไปจนถึงใช้งานส่วนตัว เพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับมนุษย์ ทั้งเรื่องส่วนตัวและการทำธุรกิจ การงาน ท่องเที่ยว ซึ่งในการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญคือสิ่งจำเป็น หรือมีความต้องการที่สูงยิ่งขึ้นพร้อมด้วยเหตุการณ์ที่มนุษย์ต้องเดินทางเพื่อทำงานและนำความรู้ที่มีเพื่อไปแลกเปลี่ยนกับเงินที่จะได้รับมาเป็นค่าตอบแทน ในเมื่อมีการเดินทางเกิดขึ้นรถยนต์จึงกลายเป็นพาหนะที่สำคัญขึ้นมาที่จะนำมนุษย์หรือบรรดาแรงงานไปยังสถานที่ที่ต้องการได้อย่างสะดวก และคล่องแคล่ว ดังนั้นรถยนต์จึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญกับมนุษย์มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาที่มีความต้องการใช้รถยนต์ กลุ่มวัยทำงานที่ต้องใช้รถยนต์ไปทำงาน กลุ่มผู้ใหญ่ที่ต้องการปรับเปลี่ยนรถยนต์เป็นไปตามความเหมาะสม วันเกษียณที่อยากจะมรดกไว้ใช้ทุกๆ ไปหลังจากการทำงานมายาวนาน

ด้วยสภาพเศรษฐกิจของผู้บริโภคยุคหนึ่งส่วนบุคคลในปัจจุบัน ประเภทของสินเชื่อภาคครัวเรือนที่มีความต้องการสินเชื่อโดยรวมเพิ่มขึ้นจากการเปรียบเทียบไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 255 เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลมาจากเงื่อนไขการกู้ยืมหรือการเช่าซื้อที่มีแรงจูงใจทางด้านการตลาดที่รุนแรงและเพิ่มมากยิ่งขึ้นทำให้การปรับตัวความต้องการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน (ศูนย์สารสนเทศยานยนต์, สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย, 2560)

เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้ต้องเผชิญปัญหาเกี่ยวกับค่าครองชีพที่พุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จากราคาสินค้า ค่าบริการ สินค้าต่างๆ ทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภคที่มีราคาแพงขึ้นเรื่อยๆ และขณะนี้น้ำมันยังมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้รถยนต์ค่ายต่างๆ มีการปรับเปลี่ยนตนเองให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันอย่างเห็นได้ชัดเจน สำหรับพื้นที่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชนับเป็นแหล่งศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกหนึ่งแหล่งของภาคใต้ เนื่องจากในหลากหลายพื้นที่อำเภอของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพหลาย ๆ ด้าน อาทิเช่น ศักยภาพด้านเกษตรกรรม, อุตสาหกรรม, การประมง และที่สำคัญคือศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทั้งในเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงเหล่านี้จะมีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจที่เพิ่มสูงขึ้น นั่นก็หมายความว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจที่สูงขึ้นก็จะส่งผลถึงการตัดสินใจหรืออำนาจ, ความต้องการในการเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตามจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการหลั่งไหลของประชากรจากแหล่งอื่นเข้ามาทำการค้าขายลงทุนทางด้านเศรษฐกิจจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ประชากรส่วนใหญ่ต้องใช้รถยนต์ในการคมนาคมซึ่งจะมีความสะดวกสบายรวดเร็วและความปลอดภัยในการขับขี่ รวมไปถึงจนถึงทางบริษัทผู้ประกอบการรถยนต์มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาตอบสนองยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น จึงทำให้กลุ่มบุคคลที่มีความต้องการใช้งานรถยนต์มีแรงดึงดูดที่สูงขึ้น และที่สำคัญที่จะต้องกล่าวถึงก็คือคู่แข่งทางการตลาดถึงแม้จากสภาวะการแข่งขันทางการตลาดของรถยนต์รุ่นใหม่ถือได้ว่ามีการมีการแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจากสถาบันทางการเงินที่ให้บริการด้านสินเชื่อรถยนต์นั้นส่วนบุคคลใหม่นั้นมีมากมายหลากหลายให้บริการในด้านนี้ จึงทำให้ลูกค้าสามารถเลือกบริการให้ตรงกับความต้องการของตนเอง หรือที่ปรึกษาฝ่ายขายของผู้ประกอบการรถยนต์พิจารณาเลือกสถาบันทางการเงินให้กับลูกค้าด้วยตนเอง อันเนื่องมาจากผลประโยชน์ทางด้านค่าตอบแทนหรือผลทางการค้าของธุรกิจก็ตามแต่ หรืออาจจะเป็นการแข่งขันทางการตลาดของรถยนต์นั้นก็มีปัจจัยทางด้านอื่นๆ อาทิปัจจัยการลดอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยการลดเงินดาวน์ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยทางด้านบริการทั้งก่อนและหลังการขาย หรือปัจจัยที่สำคัญก็คือ ปัจจัยความยากง่าย หรือความเป็นไปได้ในการอนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงินเหล่านั้น เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับกลุ่มลูกค้ามีความประทับใจในการใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล และส่งผลต่อความสำเร็จในการขายของที่ปรึกษาการขายของผู้ประกอบการรถยนต์นั้น ๆ

บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการก่อตั้งเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ.2548 โดยทางบริษัทมีทุนในการจดทะเบียนถึง 19,700,000,000 บาท (หนึ่งหมื่นเก้าพันเจ็ดร้อยล้านบาท) ซึ่งบริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการรายละเอียดธุรกิจผู้ให้บริการสัญญาเช่าซื้อรถยนต์/สัญญาเช่าทางการเงิน/สัญญาเช่าดำเนินการ โดยมีสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่ 3 อาคารระจนาการ ชั้น 26 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 เบอร์ติดต่อ 02-207-4000 มีวิสัยทัศน์ในด้านการมุ่งมั่นสู่ความเป็นหนึ่งด้านบริการทางการเงิน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญและสร้างองค์กรให้มีความมั่นคงเติบโตอย่างยั่งยืน ยืนยันพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสร้างสำนึกในหน้าที่ของปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างครบวงจร และให้บริการอย่างมีคุณภาพ พัฒนาศักยภาพขององค์กรและมีความเชี่ยวชาญของบุคลากรอย่างไม่หยุดยั้ง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม แก่กิจการ รักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้นและสังคมด้วยหลักธรรมาภิบาลในการที่บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและให้บริการได้ โดยเฉพาพะธุรกิจในการให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลนั้น บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ต้องมีการตอบสนองความต้องการทั้งในการบริการทางการเงิน การให้บริการสินเชื่อสำหรับการดำเนินธุรกิจโดยมีผู้ประกอบการธุรกิจจะเป็นเพื่อกำหนดแนวทางในการเลือกใช้บริการหรือรับบริการทางการเงิน หรือสินเชื่อธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล เพื่อให้มีความเหมาะสมหรือตอบโจทย์ความต้องการได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับรูปแบบของการนำเสนอ รวมไปถึงการบริการสินเชื่อธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จะต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการจัดจำหน่ายรถยนต์ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ถ้าในรูปแบบของการบริการธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลนั้นไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการจัดจำหน่ายรถยนต์แล้ว จะทำให้ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์เกิดการเปลี่ยนไปใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์แห่งอื่น ซึ่งเป็นธนาคารคู่แข่ง ทางตรง และสถาบันทางการเงินอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งทางอ้อม ที่อยู่ในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลแทนได้ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินในด้านธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่มีความแตกต่างกันมาก อีกทั้งด้วยสถานะของเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัวจึงเป็นโอกาสให้ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จะรองรับและขยายการให้บริการธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล สำหรับการขยายสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์ให้มีแหล่งเงินทุนสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจต่อไป (บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด. 2560)

ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงปัญหา จากเหตุผลดังกล่าว จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความสนใจในการทำวิจัยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของบริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช กรณีศึกษาการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่โดยในการศึกษาครั้งนี้ ไปด้วยเป็นข้อมูลในการเพิ่มศักยภาพทางการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดรวมไปถึงการนำผลมาวิเคราะห์มาใช้กับบริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้ได้ส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภคและสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยและกลยุทธ์ใดบ้างที่เป็นจุดอ่อนจุดแข็งของตนเองและคู่แข่ง เพื่อนำข้อมูลในการศึกษาเหล่านี้พัฒนาปรับปรุงให้บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ให้เป็นผู้นำในตลาดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

### ขอบเขตของงานวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จากนั้นนำข้อมูลไปวิเคราะห์ปรับใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นผู้นำในตลาดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบของการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างภายใต้ขอบเขตการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตเนื้อหา

ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการวิจัยครั้งนี้จัดทำการศึกษาเฉพาะสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลใหม่ไม่เกิน 7 คน มีขนาดความกว้างไม่เกิน 2.50 เมตร ความยาวไม่เกิน 6 เมตร อาทิเช่น รถเก๋งตอนเดียว รถเก๋งสองตอน รถเก๋งสองตอนแวน รถกระบะหัวเดียว รถกระบะตอนครึ่ง และรถกระบะสี่ประตู

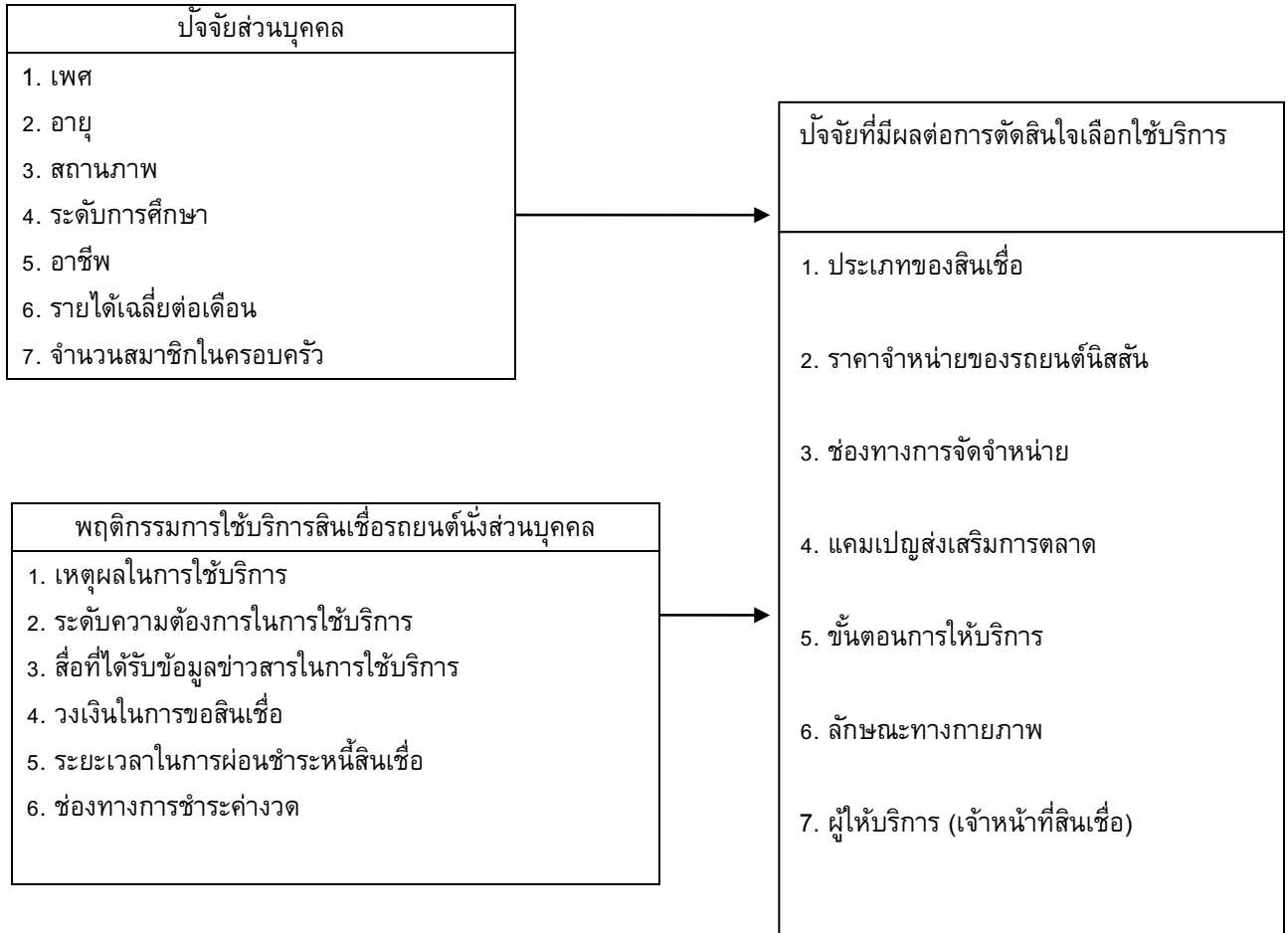
#### ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ที่ใช้เก็บข้อมูลคือ พื้นที่กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย 23 อำเภอ 42 เขต ที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อรถยนต์จากค่ายนิสสันและค่ายมิตซูบิชิ

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย
  - 1.1. ปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว
  - 1.2. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้แก่ เหตุผลในการใช้บริการ ระดับความต้องการในการใช้บริการ สื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารในการใช้บริการ วงเงินในการขอสินเชื่อ ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้สินเชื่อ ช่องทางการชำระค่างวด
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ประเภทของสินเชื่อ ราคาจำหน่ายของรถยนต์นิสสัน ช่องทางการจัดจำหน่าย แคมเปญส่งเสริมการตลาด ขั้นตอนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ ผู้ให้บริการ(เจ้าหน้าที่สินเชื่อ)

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้คิดแนวคิดการอ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นกรอบการวิจัยไปเป็นแนวทางการวิจัยซึ่งจะส่งผลให้เข้าใจตรงกัน



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย มีดังนี้

1. ปัจจัยของบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

### นิยามศัพท์เฉพาะ

บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด หมายถึง บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อทางการเงินประเภท สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล การปล่อยสินเชื่อกู้ยืมเงินสำหรับเช่าซื้อรถยนต์ ภายใต้ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายรถยนต์ใหม่ บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล หมายถึง สินเชื่อที่ให้แก่บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ขอสินเชื่อโดยไม่มีหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน มีเพียงเอกสารยืนยันที่มาของรายได้บ่งบอกถึงความสามารถในการผ่อนชำระในระยะสั้นและยาวได้ และระบุถึงวัตถุประสงค์ในการใช้รถชัดเจน และไม่ได้ใช้เพื่อทำการค้าหรือใช้งานผิดกฎหมาย โดยในการอนุมัติสัญญาเช่าซื้อโดยคิดอัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอกตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค สคบ. และตามที่บริษัทกำหนดโดยขอแบ่งจ่ายเป็นรายเดือนละเท่าๆกัน หรือตามเงื่อนไขภายใต้บริษัทกำหนดเพิ่มเติม และเป็นไปตามจำนวนงวดภายในวันที่กำหนดชำระคืน

ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายรถยนต์ใหม่ หมายถึง ผู้ขายผู้ให้บริการ หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรไทย เพื่อจุดประสงค์ในการขายส่งและขายปลีกรถยนต์ใหม่ให้แก่ผู้รับบริการคือลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การให้ข้อมูลเสนอผลิตภัณฑ์รถยนต์ใหม่ทุกรูปแบบ การบริการหลังการขาย การติดตามสอบถามความพึงพอใจในการขายและบริการ ให้บริการตกแต่ง เสริมแต่งรถยนต์ใหม่ การบริการซ่อมเปลี่ยนถ่ายและอื่นๆตามกระบวนการของผลิตภัณฑ์ และความหมายรวมไปถึงผู้ประกอบการโฆษณางานประชาสัมพันธ์ด้วย

ผู้บริโภค หมายถึง ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคล บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง เหตุผลหรือข้อมูลประกอบการตัดสินใจปัจจัยใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคล

แคมเปญส่งเสริมการตลาด หมายถึง ข้อเสนอ ผลประโยชน์ แรงจูงใจในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อหรือตกลงซื้อ รวมไปถึงเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้ให้บริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่หรือพนักงานของ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ดูแล จัดทำเอกสาร และให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลหนึ่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล บริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช
5. ทราบถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของ บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### ลักษณะของประชากรการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่เลือกขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มจำนวนลูกค้าทั้งหมดที่มีขนาด ปานกลางถึงใหญ่ และที่สำคัญคือไม่ทราบถึงจำนวนหรือปริมาณที่แน่นอนได้ จึงจะขออ้างอิงทฤษฎีหรือสูตรในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (ทิพขญาณ์ อัครพงศ์โสภณ, 2556, หน้า 28)

ดังนั้นจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 384.16 คน เพื่อลดความคลื่อน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้นเป็น 400 ราย เพื่อให้ข้อมูลน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น โดยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling)

#### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก ในการเก็บข้อมูล (Cluster Sampling) ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ดำเนินการโดยแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มลูกค้า ที่เข้ามาขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลทั้งหมด ซึ่งเป็นข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็นทั้งหมด 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล บริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยจะมีเกณฑ์กำหนดในการให้คะแนนของแบบสอบถาม ดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
3	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

โดยการที่จะนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยทางตัวเลขคณิตศาสตร์ โดยการแปลความหมายการกำหนดแปลค่าเฉลี่ยสำหรับความคิดเห็นและการเลือกใช้บริการ โดยยึดหลักเกณฑ์ (ยูท โภยวรรณ, 2550, 244) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของอันตรภาค}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การหาค่า IOC (Index of item objective congruence) จากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ค่า IOC หมายถึง ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถามดังนี้

- ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วจากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร เกณฑ์ที่ใช้วัดความสอดคล้องของแบบสอบถามที่เป็นข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง -1 ข้อคำถามที่มีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าหากข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ถือว่าควรปรับปรุง

$$\text{โดยสามารถคำนวณจากสูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้อง
R	คือ	คะแนนการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ



N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
	กำหนดคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ	เป็น +1 0 หรือ-1 ดังนี้
+1	คือ	แน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหา
0	คือ	ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหา
-1	คือ	แน่ใจว่าคำถามไม่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) ซึ่งได้จากการใช้เครื่องมือในแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการ/ผู้บริโภค ที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (NLTH) ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Date) ได้แก่ ข้อมูลงบการเงินของบริษัทต่างๆ ในขอบเขตการศึกษา เอกสารงานวิจัย เอกสารค้นคว้าอิสระ รวมทั้งข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการขนส่งทางบก ธนาคารแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจเช่าซื้อ/บริการ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น

### ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ผ่านโปรแกรม SPSS

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรเดียว

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ผลการวิเคราะห์ได้ว่าสัดส่วนของประชากรที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นประชากรที่มีช่วงอายุ ตั้งแต่ 20-29 ปี สถานภาพ โสด เป็นประชากรที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี / เทียบเท่า มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-15,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-5 คน

พฤติกรรมของประชากรที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้น่าจะเป็นประชากรที่มีพฤติกรรมในการขอใช้บริการสินเชื่อ ด้านเงื่อนไขทางแคมเปญส่งเสริมการขาย/ การตลาด เชื่อมโยง ประชากรที่ทราบถึงข้อมูลในการขอใช้บริการ จากการชักชวนจากพนักงานบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ประชากรที่ปัจจุบันยังไม่เคยใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ประชากรที่ขอผ่อนสินเชื่อจำนวน 5ปี (60 งวด) ประชากรที่เลือกช่องทางในการผ่อนชำระค่างวด ชำระผ่าน 7-11 ทุกสาขา ประชากรที่ขอวงเงินที่ขอกู้และได้รับการอนุมัติที่ 350,000 – 500,000 บาท ประชากรที่ใช้ เงินดาวนัรรถคันใหม่ ที่ดาวน์ 25% ของราคารถ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อบุคคลหรือสินทรัพย์ที่ใช้ร่วมค้ำประกันสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ,ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ,เอกสารที่ใช้ประกอบพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และค่าความสำคัญ มาก ในข้อความหลากหลายของประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์,วงเงินยอดขอกู้สินเชื่อที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ

- ปัจจัยด้านราคา มีค่าความสำคัญในระดับ มาก เท่ากันในทุกๆข้อ
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อสถานที่, ท่าเล, ที่ตั้งในการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และค่าความสำคัญ มาก ในความสะดวกสบายในการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์, จำนวนสาขาที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์, ช่องทางการติดต่อขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์, ช่องทางการชำระค่างวดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความสำคัญในระดับ มาก เท่ากันในทุกๆข้อ
- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าความสำคัญในระดับ มาก เท่ากันในทุกๆข้อ
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อเอกสารสัญญาบงบอกถึงองค์กร /บริษัทอย่างชัดเจน ถูกต้อง, เจ้าหน้าที่ใช้เอกสารองค์กร /บริษัทอย่างเปิดเผยและเห็นชัด และมีความสำคัญในระดับมาก ในข้อความเป็นอาชีพในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์, มีการอำนวยความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ในทุกๆด้าน, เจ้าหน้าที่แต่งกายและแสดงตนที่บ่งบอกถึงเป็นพนักงาน ถูกต้อง
- ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (เจ้าหน้าที่สินเชื่อ) มีค่าความสำคัญในระดับ มากที่สุด ในข้อทุกๆข้อ ยกเว้นข้อเจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความหน้าเชื่อถือ มีค่าความสำคัญในระดับ มาก

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิด

ข้อเสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม จากผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้

1. ขั้นตอนการทำสินเชื่อเช่าซื้อหรือที่เรียกว่าไฟแนนซ์ นั้นรวดเร็วกว่าสินเชื่อจากบริษัทหรือธนาคารอื่นๆ
2. ผลการพิจารณาทราบภายใน 3 วันทำการตรงตามเจ้าหน้าที่แจ้งไว้
3. เจ้าหน้าที่ที่มารับบริการ ให้ความช่วยเหลือและแนะนำอย่างดี
4. ที่ปรึกษาฝ่ายขายแนะนำให้ใช้บริการไฟแนนซ์นี้ เนื่องจากเหตุผลผ่านการพิจารณาง่าย
5. จอรถไว้แล้วฝ่ายขายให้ทำสัญญาทันที รวดเร็ว และบริการถึงบ้าน
6. การพิจารณา กว่าจะรู้ 3-4 วัน บางครั้งติดเสาร์อาทิตย์ไม่ทราบผล ควรให้มีการทำงานของเจ้าหน้าที่ในวันหยุด บ้างให้เหมาะสมกับลูกค้าที่ว่างงานวันหยุด
7. เจ้าหน้าที่แจ้งเอกสาร ครบ ชัดเจน ก่อนนัดหมายเซ็นสัญญา
8. เคยใช้บริการรถคันเก่าแล้ว ซื้อมันใหม่จึงร้องขอใช้บริการไฟแนนซ์นี้ อีกครั้ง
9. บัตรผ่อนชำระค่างวดหาย ติดต่อขอรับใหม่ ได้ยาก นานกว่าจะได้รับบัตรใหม่

#### สรุปผล ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยของบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านต่างๆ แตกต่างกัน การรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน พิจารณาเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นั้นส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

1. ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ ในด้านผลิตภัณฑ์นั้น ได้แก่หัวข้อ

วงเงินยอดขอกู้สินเชื่อที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ หัวข้อ สถานที่, ท่าเล, ที่ตั้งในการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
3. ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ ในด้านแคมเปญส่งเสริมการขาย ได้แก่ หัวข้อ การมอบสิทธิพิเศษหรือเงื่อนไขที่ดีกว่าแก่ลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการหรือรวมไปถึงลูกค้าที่ขอใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ภายในงาน/กิจกรรมของทางโชว์รูมรถยนต์จัดงาน ,มีคำแนะนำหรือข้อมูลจากผู้เคยใช้บริการ และหัวข้อมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆหลากหลายช่องทาง
4. ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ ในด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ หัวข้อ เอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อไม่ยุ่งยาก มากมาย ง่ายต่อการเข้าใจและเตรียมเอกสาร ,มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการของการพิจารณาสินเชื่อรถยนต์อย่างชัดเจน และหัวข้อมีผู้ใช้บริการสามารถเลือกสถานที่ในการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ได้ตามความสะดวกของผู้ขอใช้บริการ
5. ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ ในด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ หัวข้อ เอกสารสัญญาบ่งบอกถึงองค์กร /บริษัทอย่างชัดเจน ถูกต้อง ,เจ้าหน้าที่ใช้เอกสารองค์กร /บริษัทอย่างเปิดเผยและเห็นชัด ,มีการอำนวยความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ในทุกๆด้าน และหัวข้อเจ้าหน้าที่แต่งกายและแสดงตนที่บ่งบอกถึงเป็นพนักงาน ถูกต้อง
6. ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขอใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ ในด้านผู้ให้บริการ (เจ้าหน้าที่พิจารณาสินเชื่อ) ได้แก่ หัวข้อ เจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความหน้าเชื่อถือ ,เจ้าหน้าที่บริการสินเชื่ออธิบายและทำความเข้าใจถึงกระบวนการ ขั้นตอน รายละเอียดการพิจารณา และอื่นๆทั้งหมดให้เข้าใจได้ง่ายและถูกต้อง และเจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อมีความกระตือรือร้น ต่อการให้บริการและมีความเต็มใจในการให้บริการ

การรวมข้อมูลพฤติกรรมกรการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นี้ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นี้ส่วนบุคคล ของบริษัทนิสสัน ลิสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

1. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นี้ส่วนบุคคลด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ หัวข้อ วงเงินยอดขอกู้สินเชื่อที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ ,เอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
2. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นี้ส่วนบุคคลด้านราคา มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ หัวข้อ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ,ระยะเวลาที่ผ่อนชำระสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และจำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
3. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์นี้ส่วนบุคคลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ หัวข้อ ความ

สะดวกสบายในการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ,ช่องทางการติดต่อขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และช่องทางการชำระค่างวดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

4. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์หนึ่งส่วน บุคคลด้านแคมเปญส่งเสริมการตลาด มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่หัวข้อ การร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายโชว์รูมรถยนต์ โดยการให้ที่ปรึกษาฝ่ายขายเป็นผู้แนะนำ เชิญชวนให้พิจารณาเลือกสินเชื่อรถยนต์ ,การมอบสิทธิพิเศษหรือเงื่อนไขที่ดีกว่าแก่ลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการหรือรวมไปถึงลูกค้าที่ขอใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ภายในงาน/กิจกรรมของทางโชว์รูมรถยนต์จัดงาน และมีคำแนะนำหรือข้อมูลจากผู้เคยใช้บริการ
5. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์หนึ่งส่วน บุคคลด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่หัวข้อ มีกฎและหลักเกณฑ์ที่แน่ชัดไม่ยุ่งยาก และมีความสะดวกรวดเร็ว ,เอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อไม่ยุ่งยาก มากมาย ง่ายต่อการเข้าใจและเตรียมเอกสาร ,มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการของการพิจารณาสินเชื่อรถยนต์อย่างชัดเจน และผู้ขอใช้บริการสามารถเลือกสถานที่ในการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ได้ตามความสะดวกของผู้ขอใช้บริการ
6. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์หนึ่งส่วน บุคคลด้านลักษณะทางกายภาพ มีนัยสำคัญ ได้แก่หัวข้อ เจ้าหน้าที่ใช้เอกสารองค์กร /บริษัทอย่างเปิดเผยและเห็นชัด และผู้เจ้าหน้าที่แต่งกายและแสดงตนที่บ่งบอกถึงเป็นพนักงาน ถูกต้อง
7. พฤติกรรมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์หนึ่งส่วน บุคคลด้านผู้ให้บริการ(เจ้าหน้าที่สินเชื่อ) มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่หัวข้อ เจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความหน้าเชื่อถือ ,เจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อ มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ต่อผู้ขอใช้บริการรวมไปจนถึงบุคคลอื่นๆที่อยู่ในรอบข้างด้วย และเจ้าหน้าที่บริการสินเชื่อมีความกระตือรือร้น ต่อการให้บริการและมีความเต็มใจในการให้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง ประเทศไทย จำกัด

1. ข้อมูลด้านการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช บริษัทควรที่จะต้องมี การให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้ตรงกับพฤติกรรมในการขอใช้บริการสินเชื่อของผู้ขอใช้บริการ เช่น ,อัตราดอกเบี้ยต่ำ ,อัตราค่าธรรมเนียมถูก ,ลูกค้าประวัติสินเชื่อเก่า ,สื่อโฆษณา /การประชาสัมพันธ์
2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลบริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช บริษัทควรใช้แผนทางการตลาด หรือกลยุทธ์ทางการตลาด ในการรักษากลุ่มลูกค้าเก่า หรือเพิ่มการขอใช้บริการสำหรับลูกค้า

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเสนอแนะในครั้งนี้เป็นการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและจัดทำวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. ผู้จัดทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล บริษัทนิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ

ในเขตภาคใต้ เนื่องจากในปัจจุบันคู่แข่งขันอย่างกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เหล่าบรรดากลุ่มธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เริ่มมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น มีการแย่งชิงและการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ในอัตราส่วนของการให้บริการลูกค้า การมอบสิทธิหรืออัตราดอกเบี้ยพิเศษต่าง ๆ แก่กลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์อื่นของธนาคาร ซึ่งเหล่านี้มาจากความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการมาก่อนหน้านี้

2. ผู้จัดทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษากลยุทธ์การให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคล ของบริษัทพาณิชย์อื่นๆ ที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน ซึ่งกลยุทธ์การให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นี้ เป็นเหตุผลอันสำคัญที่ลูกค้าจะขอใช้บริการสินเชื่อ จากความประทับใจที่ผ่านมา หรือการความน่าสนใจของแผนทางกลยุทธ์หรือทางการตลาด

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วง อย่างสมบูรณ์ ได้ด้วยดีจากความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายๆ ท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ ขนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส อาจารย์ประจำที่ปรึกษาวิจัย ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง ปรับปรุงแก้ไข วิจัยฉบับนี้ ในส่วนที่บกพร่อง มาจนมีความสมบูรณ์ เรียบร้อย และมีความถูกต้อง

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ท่านผู้เชี่ยวชาญ ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม แนะนำ และให้คำปรึกษา ในการทดสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ บุคลากร สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่อำนวยความสะดวกและบริหารจัดการ เรื่องสถานที่ ติดต่อประสานงานการเข้าพบ อาจารย์ที่ปรึกษา ตลอดจนจนถึงอำนวยความสะดวกเรื่องอื่นๆ

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนร่วมห้อง และบุคคลที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จ การวิจัยในครั้งนี้ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ กำลังใจ ความหวังใจ และคอยเป็นที่ปรึกษา ตลอดมาแก่ผู้วิจัย

## เอกสารอ้างอิง

กลุ่มสถิติการขนส่ง. กรมการขนส่งทางบก. (2559). รายงานข้อมูลทั่วไป. ค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561.

จาก <http://www.dlt.go.th/th/index.html>.

คณาเทพ นิตสิริ (2560). กรณีศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแบบ **Reverse Mortgage**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

คณาพจน์ ชัยรัตน์ (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลของธนาคารทีเอสบี จำกัด (มหาชน) ไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ความรู้สินเชื่อ. (2561). คลังความรู้ด้านสินเชื่อเช่าซื้อ. ค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2561.

จาก <http://www.phetcharok.co.th>.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). การบริหารการตลาด . กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). ทฤษฎีหรือสูตรในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนชัย เฉลิมชัย (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถยนต์หนึ่งประเภทหรูหร่า (Luxury Car) ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.  
บริษัท นิสสัน ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (NLTH). (2560) ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท. ค้นเมื่อ  
1 ธันวาคม 2561. จาก <http://retail.nissanleasing.co.th/ecredisystem/defaultthai.asp>.
- พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ กรณีศึกษาของ  
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันเฉลิม เขตชัยคุปต์ (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์กับธนาคาร  
ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์สารสนเทศยานยนต์. (2560). สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. ค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561.  
จาก [http://data.thaiauto.or.th/iu/ยานยนต์ไทย/สถิติยานยนต์ไทย/การค้นหาทั่วไป/  
ตารางสถิติยานยนต์/tabid/63/Default.aspx](http://data.thaiauto.or.th/iu/ยานยนต์ไทย/สถิติยานยนต์ไทย/การค้นหาทั่วไป/ตารางสถิติยานยนต์/tabid/63/Default.aspx).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร:  
ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สุนันทา พรมาศ (2559). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสรรพากร, กรมสรรพากร. (2561). การกระตุ้นเศรษฐกิจลดหย่อนภาษี. ค้นเมื่อ  
14 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.thairath.co.th/content/1437073>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). การบริการมาเพื่อจุดประสงค์ของผู้บริโภค.  
กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์น.
- อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร์ (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ  
สินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์วารศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.