

การขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลาย
ของรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อ ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลาย
ของรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อ ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2556

.....
นายนิมิต พินิตเนติชัย

ผู้วิจัย

.....
รวิน ระวิวงศ์

Ph.D. (Engineering Management)

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D. (International Business)

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พริศา รุ่งเรือง

Ph.D. (Human Resource Management)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยความอนุเคราะห์อย่างดีจากอาจารย์
รวิน ระวิวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำปรึกษาในด้าน
ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยฉบับนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ รวมถึง
ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงาน ที่ให้ความช่วยเหลือและให้ความสนับสนุนข้อมูล ตลอดจน
ให้คำปรึกษาในการทำงานวิจัยนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้โดยไม่มีอุปสรรค

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการ รุ่น
15A ที่ให้การสนับสนุน คำปรึกษา และเป็นกำลังใจในงานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี
โดยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใดในงานวิจัยฉบับ
นี้ ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นิมิต พิณิตเนติชัย

การขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลายของรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

EXPANSION SERVICE OF AUTO LEASING WITH THE VARIETY OF FINANCIAL PROGRAM FOR COMMERCIAL VEHICLE IN THE NORTH EASTERN PROVINCE

นิमित พินิตเนติชัย 5550073

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รวิวัน ระวังวงศ์, Ph.D. (Engineering Management), ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D. (International Business), รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง, Ph.D. (Human Resource Management)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลายของรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อ ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อแบบต่างๆ (แบบทั่วไป ค่างวดต่ำ และตามฤดูกาล) ในการขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในช่วงเดือน มกราคม - ตุลาคม พ.ศ. 2556

ผลการวิจัยพบว่ามีการใช้สินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำ แต่ไม่ใช้สินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาล โดยข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ใช้บริการเช่าซื้อแบบทั่วไป และค่างวดต่ำ มีช่วงอายุใกล้เคียงกัน และประกอบอาชีพไม่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเช่าซื้อแบบทั่วไปมีระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่าผู้ใช้บริการแบบค่างวดต่ำ ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการเช่าซื้อแบบทั่วไปใช้เงินค่างวดเริ่มต้น และจ่ายค่างวดรายเดือนมากกว่าผู้ใช้บริการแบบค่างวดต่ำ แต่จะเลือกระยะเวลาผ่อนชำระยาวนานกว่า ทั้งนี้พบว่ามีการใช้สินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำที่เพิ่มขึ้นมากในช่วงเดือน สิงหาคม-ตุลาคม

คำสำคัญ : สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์/ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์/ ความหลากหลายของรูปแบบสินเชื่อ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 ลักษณะสินค้าเช่าซื้อ	6
2.2 แนวความคิดทางทฤษฎี	8
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	18
3.1 กรอบการวิจัย	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย	21
3.3 วิธีการวิจัย	21
บทที่ 4 ผลการวิจัย	22
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	22
4.2 พฤติกรรมการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	24
4.3 การเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	28
5.1 สรุปผลการวิจัย	29
5.2 อภิปรายการวิจัย	29
5.3 ข้อเสนอแนะ	31
5.4 ข้อจำกัด	31
บรรณานุกรม	32
ประวัติผู้วิจัย	34



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	ขอตงคทะเบียงรยชนด้บรทกส่วนบคคสรยภกค ปี 2555-เม.ย.56	2
2.1	เบรียงเบียงสัญญาเช่าการเงินและสัญญาเช่าดำเนินการ	7
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าซื้อรถ	14
2.3	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสินเชือเช่าซื้อรถ	16
3.1	ลักษณะสินเชือเช่าซื้อแต่ละรูปแบบ	20
4.1	ช่วงอายุของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	23
4.2	อาชีพของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	23
4.3	ระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	24
4.4	เงินค่างวดเริ่มต้นของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	25
4.5	ค่างวดต่อเดือนของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	25
4.6	ระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวดของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	26

สารบัญรูปรภาพ

รูปภาพ		หน้า
1.1	ขอดขายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ภายในประเทศ ม.ค.55-เม.ย.56	2
1.2	แนวโน้มน้ำมันเชื้อเพื่อซื้อรถยนต์ รถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ Q4/53-Q2/56	3
4.1	สัดส่วนการใช้สินเช่เช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	27



บทที่ 1

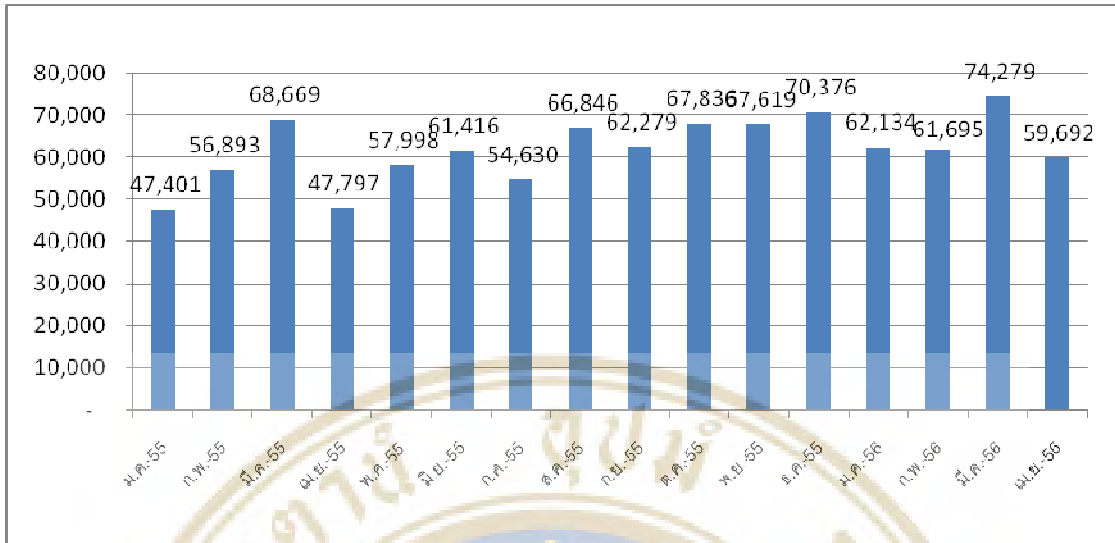
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่มีตลาดรถยนต์ที่เติบโตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2555 ที่มียอดขายถึง 1,436,335 คัน นับเป็นสถิติยอดขายที่สูงที่สุดของประเทศไทย โดยเติบโตถึงร้อยละ 80.6 เมื่อเทียบกับปี 2554 ซึ่งความต้องการซื้อรถยนต์ที่เพิ่มสูงขึ้นนี้สอดคล้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี 2555 เติบโตถึงร้อยละ 6.4 และอีกส่วนหนึ่งนั้นมาจากอานิสงค์ของนโยบายรถยนต์คันแรก ที่ให้สิทธิประชาชนที่ซื้อรถยนต์เป็นคันแรกได้สิทธิประโยชน์คืนเงินภาษี และจากการที่ประชาชนซื้อรถยนต์เพื่อทดแทนรถยนต์คันเดิมที่เสียหายจากภาวะน้ำท่วมในปี 2554

แต่จากสถานะเศรษฐกิจของไทยในปี 2556 ที่เศรษฐกิจค่อนข้างถดถอย โดยในไตรมาสแรกของปี 2556 มีการเติบโตของ GDP เพียงร้อยละ 5.4 แต่หดตัวลงร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2556 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556) ซึ่งส่งผลต่อกำลังซื้อของประชาชน นอกจากนี้ผลจากการสิ้นสุดนโยบายรถคันแรกก็ยิ่งทำให้สถานการณ์การขาย และการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นไปอย่างเข้มข้นมากยิ่งขึ้น

โดยเมื่อดูในตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ที่ถือเป็นตลาดรถยนต์ที่สำคัญที่ใช้เพื่อการประกอบอาชีพต่างๆ เช่น การใช้รับจ้างขนส่ง การบรรทุกผลผลิต เป็นต้น พบว่ายอดขายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในปี 2556 มีแนวโน้มที่จะลดลงเมื่อเทียบกับช่วงปลายปี 2555 โดยในเดือนเมษายน 2556 พบว่ามียอดขายเพียง 59,692 คัน (ดังแสดงในรูปภาพ 1.1) และจากข้อมูลเทียบเคียงของยอดขายทะเบียนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลรายภาคพบว่าในส่วนภูมิภาคนั้น พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีสัดส่วนของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่สูงที่สุดถึงร้อยละ 23 ในปี 2555 และมีศักยภาพในการเติบโต โดยดูจากยอดการจดทะเบียนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลรายภาคในช่วงสี่เดือนแรกของปี 2556 (ดังแสดงในตารางที่ 1.1)



รูปภาพ 1.1 ยอดขายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ภายในประเทศ ม.ค.55-เม.ย.56

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 1.1 ยอดจดทะเบียนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลรายภาค ปี 2555-เม.ย.56

ลำดับ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคเหนือ		ภาคใต้	
	จำนวน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
ปี 2555	297,436	94,790	32%	60,725	20%	67,640	23%	45,658	15%	28,623	10%
ม.ค.-56	33,427	10,423	31%	6,986	21%	7,251	22%	5,119	15%	3,648	11%
ก.พ.-56	30,907	9,759	32%	6,434	21%	7,471	24%	4,303	14%	2,940	10%
มี.ค.-56	35,528	11,488	32%	6,983	20%	8,610	24%	5,445	15%	3,002	8%
เม.ย.-56	31,818	9,604	30%	6,470	20%	7,383	23%	5,223	16%	3,138	10%

ที่มา : กรมขนส่งทางบก

ทั้งนี้รูปแบบการซื้อรถยนต์ในปัจจุบันสำหรับบุคคลธรรมดาจะสามารถซื้อด้วยเงินสด และซื้อผ่านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จากสถาบันการเงินต่างๆที่ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์ โดยพบว่า สัดส่วนของการซื้อผ่านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั้นจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 87 เมื่อเทียบกับการซื้อด้วยเงินสด (JD Power Survey, 2013) โดยศูนย์วิจัยกสิกรได้คาดการณ์ว่ายอดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

ในปี 2555 จะเติบโตถึงร้อยละ 35-39 เมื่อเทียบกับปี 2554 และแนวโน้มสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นก็ยังมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด แต่เริ่มหดตัวในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2556 (ดังแสดงในรูปภาพ 1.2)



รูปภาพ 1.2 แนวโน้มสินเชื่อเพื่อซื้อรถยนต์ รถจักรยานยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ Q4/53-Q2/56

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดยรูปแบบการซื้อผ่านสินเชื่อเช่าซื้อนั้นสามารถแบ่งผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์ อาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ในระบบสถาบันการเงิน ทั้งที่ดำเนินธุรกิจโดยธนาคารพาณิชย์นั่นเอง เช่น ธนาคารชนชาติ ธนาคารทีสโก้ ธนาคารไทยพาณิชย์ และที่ดำเนินธุรกิจโดยบริษัทลูกของธนาคารพาณิชย์ เช่น บริษัทลีสซิ่งกลสิกรไทย บริษัทอยุธยาแคปปิตอลลิส เป็นต้น และนอกระบบสถาบันการเงิน (Non-Bank) ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่เป็น Captive ประกอบด้วย 3 บริษัทหลักตามปริมาณจำหน่ายรถยนต์ของบริษัทแม่ ได้แก่ โตโยต้าลีสซิ่ง ฮอนด้าลีสซิ่ง และไทยออดีเซลลีสซิ่ง (Isuzu) กับบริษัทลีสซิ่งทั่วไป ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของทั้งสองกลุ่มค่อนข้างแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือบริษัทที่เป็น Captive เน้นการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ และมักถูกใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นยอดขายรถ ขณะที่บริษัทลีสซิ่งทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่ต่างต้องหลบไปทำธุรกิจให้เช่าซื้อรถมือสอง หรือรถจักรยานยนต์ หรือแม้แต่เปลี่ยนไปให้เช่าซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทอื่นแทน โดยบางบริษัทที่มีฐานธุรกิจในภูมิภาค ก็จะเจาะตลาดเฉพาะ

ท้องถิ่น (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2555) ซึ่งผู้ต้องการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั้นสามารถสอบถามการใช้บริการผ่านทางพนักงานขาย หรือตัวแทนผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยองค์ประกอบการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อนั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการค้ำประกัน ระยะเวลาผ่อนชำระ เอกสารประกอบการพิจารณา ข้อมูลเครดิตส่วนตัวของผู้เช่าซื้อ ซึ่งเงื่อนไขหนึ่งที่สำคัญในการพิจารณา คือ รายได้ของผู้ขอสินเชื่อที่ต้องมีประมาณ 2-3 เท่าของค่างวดรายเดือน หรือลักษณะรายได้ที่ต้องมีสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถชำระค่างวดได้ทุกๆเดือน ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้ได้ทำให้ผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อบางกลุ่มไม่ผ่านเงื่อนไขการขอสินเชื่อเนื่องจากข้อจำกัดด้านรายได้ที่กล่าวมานี้

ดังนั้น หากมีการพัฒนาสินเชื่อเช่าซื้อให้มีความหลากหลายครอบคลุมผู้ขอใช้บริการที่มีข้อจำกัดด้านรายได้ หรือลักษณะอาชีพมากยิ่งขึ้น ก็เป็นที่น่าสนใจว่าจะสามารถขยายขอบเขตของผู้ขอใช้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กลุ่มต่างๆให้สามารถเข้าถึงการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ได้มากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อรูปแบบต่างๆในการขยายขอบเขตผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยผลของการนำเสนอสินเชื่อเช่าซื้อรูปแบบต่างๆในการขยายขอบเขตผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยกลุ่มที่ใช้วิจัยจะทดสอบจากกลุ่มผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงเดือน มกราคม - ตุลาคม พ.ศ. 2556

รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการนำเสนอผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

1.สินเชื่อเช่าซื้อรูปแบบทั่วไป

เป็นบริการเช่าซื้อรูปแบบมาตรฐานที่มีให้บริการทั่วไป ด้วยการผ่อนชำระค่างวดรายเดือนตามที่ผู้ขอใช้บริการเช่าซื้อต้องการ

2.สินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำ

เป็นรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อที่มีการแบ่งค่างวดออกเป็น 2 ช่วง ทำให้มีค่างวดที่ต่ำกว่าการเช่าซื้อแบบทั่วไปประมาณร้อยละ 30-40 แต่มีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าเช่าซื้อแบบทั่วไป

3. สินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาล

เป็นบริการเช่าซื้อที่เหมาะสมกับลักษณะรายได้ของผู้ซื้อที่ได้รับตามเป็นฤดูกาล เช่น เกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน เป็นต้น โดยให้ผู้ใช้บริการสามารถจ่ายค่างวดเช่าซื้อได้ทุก ๆ 3, 6 เดือน ตามลักษณะการได้มาของรายได้ที่เป็นฤดูกาลตามอาชีพของผู้ใช้บริการ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงรูปแบบความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อในการซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบสินเชื่อรถยนต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

สินเชื่อเช่าซื้อ (Hire Purchase)

มีลักษณะคล้ายกับการซื้อสินค้าเงินผ่อน แต่ต่างกันตรงที่ว่า กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นยังไม่เป็นของเราจนกว่าจะชำระค่าสินค้านั้นครบ กล่าวคือ จะมีการทำสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างเราและผู้ให้เช่าซื้อ ว่าจะมีการชำระค่าสินค้านั้นเป็นงวด ๆ ตามจำนวนเงินและระยะเวลาที่กำหนด โดยระหว่างนั้นเราสามารถนำสินค้าหรือทรัพย์สินนั้นมาใช้งานได้ก่อน แต่กรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ให้เช่าซื้อ จนกว่าจะจ่ายเงินครบตามสัญญาจึงจะโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นมาเป็นของเรา เช่น การเช่าซื้อรถยนต์ หรือจักรยานยนต์ เป็นต้น

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “การขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลายของรูปแบบสินเชื่อบริการเช่าซื้อ ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ได้ศึกษาแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ตามรายละเอียด ดังนี้

2.1 ลักษณะสินเชื่อบริการเช่าซื้อ

สินเชื่อบริการเช่าซื้อ (Hire Purchase)

มีลักษณะคล้ายกับการซื้อสินค้าเงินผ่อน แต่ต่างกันตรงที่ว่า กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นยังไม่เป็นของเราจนกว่าจะชำระค่าสินค่านั้นครบ กล่าวคือ จะมีการทำสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างเราและผู้ให้เช่าซื้อ ว่าจะมีการชำระค่าสินค่านั้นงวด ๆ ตามจำนวนเงินและระยะเวลาที่กำหนด โดยระหว่างนั้นเราสามารถนำสินค้าหรือทรัพย์สินนั้นมาใช้งานได้ก่อน แต่กรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ให้เช่าซื้อ จนกว่าจะจ่ายเงินครบตามสัญญาจึงจะโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นมาเป็นของเรา เช่น การเช่าซื้อรถยนต์ หรือจักรยานยนต์ เป็นต้น

ลีสซิ่ง (Leasing)

มีลักษณะคล้ายกับสัญญาเช่าซื้อ คือ เราจะต้องชำระเงินค่าเช่าเป็นงวด ๆ ตามจำนวนเงินและเวลาที่กำหนดในสัญญาเช่า ต่างกันตรงที่เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า เราสามารถเลือกได้ว่าจะซื้อต่อสัญญาเช่า หรือว่าส่งคืนทรัพย์สินให้กับผู้ให้เช่า ส่วนมากคนที่จะทำสัญญาสินเชื่อบริการเช่าซื้อลักษณะนี้ มักจะเป็นบริษัทหรือนิติบุคคลที่ต้องการเช่าทรัพย์สินที่มีราคาแพงหรือเช่าทรัพย์สินในปริมาณมาก เช่น เครื่องจักร รถยนต์ หรืออาจเป็นการเช่าสินค้าที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น คอมพิวเตอร์สำนักงาน เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น นอกจากนี้ ลีสซิ่งยังแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ สัญญาเช่าการเงิน (Financial Lease) และ สัญญาเช่าดำเนินงาน (Operating Lease) โดยมีความแตกต่างที่สำคัญ(ดังแสดงในตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบสัญญาเช่าการเงินและสัญญาเช่าดำเนินการ

ประเด็น	สัญญาเช่าการเงิน	สัญญาเช่าดำเนินการ
ทรัพย์สินที่ให้เช่า	เป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงอายุการใช้งานนาน เช่น เครื่องจักร เครื่องบิน เรือเดินทะเล และรถยนต์	เป็นทรัพย์สินที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว หรือใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร และเครื่องใช้สำนักงาน
ระยะเวลาเช่า	ระยะเวลาเช่าแน่นอนและนานครอบคลุมอายุการใช้งานของทรัพย์สิน หรือไม่เกิน 10 ปี และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักจะซื้อทรัพย์สินนั้น เมื่อสิ้นสุดสัญญา	เป็นการเช่าในระยะสั้นอายุสัญญาจะสั้นกว่าอายุการใช้งานของทรัพย์สิน
ความรับผิดชอบในการดูแลทรัพย์สิน	ผู้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายและบำรุงรักษาทรัพย์สินที่เช่า	ผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบในการบำรุงรักษาทรัพย์สิน
กรณียกเลิกสัญญา	ผู้เช่าบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดเพียงฝ่ายเดียวไม่ได้	ผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าสามารถบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดเมื่อใดก็ได้ โดยบอกล่วงหน้าให้อีกฝ่ายทราบ

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

เงื่อนไขการพิจารณาสินเชื่อ

เงื่อนไขในการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อนี้จะแตกต่างกันไปในผู้ให้บริการสินเชื่อแต่ละรายที่จะมีเงื่อนไขการพิจารณาที่แตกต่างกันไป โดยเงื่อนไขหลักที่สำคัญในการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ก็คือ เรื่องของรายได้ผู้ขอสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ก็จะมีหลักเกณฑ์เงื่อนไขรายได้แตกต่างกันไปโดยแยกเป็นกรณีมีผู้ค้ำประกันสินเชื่อ และกรณีไม่มีผู้ค้ำประกันสินเชื่อ ดังตัวอย่าง

กรณีมีผู้ค้ำประกัน

ผู้เช่าซื้อและผู้ค้ำประกันต้องมีรายได้เป็น 2 เท่าขึ้นไปของค่าผ่อนต่อเดือน ทั้งนี้องค์ประกอบการพิจารณาสินเชื่อขึ้นกับ เงื่อนไขการคำนวณ ระยะเวลาผ่อนชำระ เอกสารประกอบการพิจารณา ข้อมูลเครดิตส่วนตัวของผู้เช่าซื้อและการพิจารณาสินเชื่ออยู่ภายใต้เงื่อนไขของบริษัทฯ

กรณีไม่มีผู้ค้ำประกัน

กรณีไม่มีผู้ค้ำประกัน (ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทฯกำหนด) มีรายละเอียดดังนี้

เริ่มต้นคาวน 15-20% :ระยะผ่อนชำระสูงสุด 48 เดือน ผู้เช่าซื้อต้องมี รายได้ 2.0 เท่าขึ้นไปของค่าผ่อนต่อเดือน

เริ่มต้นคาวน 20-25% :ระยะผ่อนชำระสูงสุด 60 เดือน ผู้เช่าซื้อต้องมี รายได้ 2.5 เท่าขึ้นไปของค่าผ่อนต่อเดือน

เริ่มต้นคาวน 30% :ระยะผ่อนชำระ 72 เดือน ผู้เช่าซื้อต้องมีรายได้ 2.5 เท่า ขึ้นไปของค่าผ่อนต่อเดือน

เริ่มต้นคาวน 35% :ระยะผ่อนชำระ 84 เดือน ผู้เช่าซื้อต้องมีรายได้ 2.5 เท่า ขึ้นไปของค่าผ่อนต่อเดือน

ทั้งนี้องค์ประกอบการพิจารณาสินเชื่อขึ้นกับ เงื่อนไขการคาวน ระยะเวลาผ่อนชำระ เอกสารประกอบการพิจารณา ข้อมูลเครดิตส่วนตัวของผู้เช่าซื้อและการพิจารณาสินเชื่ออยู่ภายใต้ เงื่อนไขของบริษัทฯ (บริษัท ฮอนด้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด)

ลักษณะการจ่ายค่างวดตามฤดูกาล

ลักษณะการจ่ายค่างวดตามฤดูกาลส่วนมากนั้นจะมีลักษณะการจ่ายค่างวดที่แบ่ง ออกเป็นการจ่ายค่างวดทุกๆ 3 หรือ 6 เดือนจนครบสัญญาเช่าซื้อ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นกลุ่ม เกษตรกร ชาวไร่ ชาวนาน ที่มีลักษณะรายได้ไม่สม่ำเสมอ หรือมีรายได้เป็นไปตามฤดูกาลเกี่ยว ซึ่งสินเชื่อเช่าซื้อในลักษณะนี้ส่วนมากจะถูกนำมาใช้กับโปรแกรมเช่าซื้อเครื่องจักรทางการเกษตรที่ มีราคาสูง เช่น รถแทรกเตอร์ เป็นต้น

2.2 แนวความคิดทางทฤษฎี

ระบบการเงินระดับฐานราก (Microfinance)

แนวความคิดระบบการเงินระดับฐานราก (Microfinance) ที่มีการเผยแพร่โดย ก.ล.ต. คือ เป็นแหล่งเงินทุนสำคัญให้กับผู้ประกอบการรายย่อยและคนยากจนในชนบทของหลายประเทศ ทั่วโลก และได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนในชนบทและ ส่งเสริมการกระจายรายได้ จากตัวอย่างการประสบความสำเร็จของสถาบันการเงินระดับฐานราก (Microfinance Institution) เช่น ธนาคารกรามีน ในบังกลาเทศ จนทำให้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพ เมื่อปี 2549 ร่วมกันกับศาสตราจารย์ Muhammad Yunus ซึ่งเป็น ผู้ก่อตั้ง เป็นรางวัลของ ความสำเร็จในการให้บริการทางการเงินแก่กลุ่มคนที่ยากจนที่สุดกลุ่มหนึ่งใน โลก นอกจากนี้

สหประชาชาติได้เคยประกาศให้ปี 2548 เป็นปีสากลแห่งสินเชื่อฐานราก (International Year of Microcredit) อีกด้วย

ตลาดทุนเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญให้กับ Microfinance Institution ในหลายประเทศมาตั้งแต่ปี 2544 โดยสถาบันการเงินเหล่านี้เข้ามาระดมทุนในตลาดทุนที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำเพื่อนำไปปล่อยกู้ต่อให้กับผู้ประกอบการรายย่อยและคนยากจนในชนบทในอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงจนเกินไป (เช่น 20-35% ต่อปี) ถ้าพึ่งเงินกู้ในระบบจะเสียดอกเบี้ยในอัตราสูงถึง 55%-200% ต่อปี

1. แนวคิดและความสำคัญของ Microfinance

- Microfinance มีเป้าหมายให้ผู้ประกอบการรายย่อยและคนจนในชนบทเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริการทางการเงินได้ (เดิมธนาคารพาณิชย์มักไม่ต้องการให้สินเชื่อ) ด้วยต้นทุนที่ไม่สูงจนเกินไป

- คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำจนไม่สามารถที่จะออม รวมทั้งขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันและไม่มีรายได้ประจำ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อของสถาบันการเงินในระบบ เพื่อนำเงินไปลงทุนประกอบอาชีพได้ จึงต้องพึ่งพิงเงินกู้ในระบบซึ่งเสียดอกเบี้ยในอัตราสูงมาก

- การให้สินเชื่อภายใต้ Microfinance จะไม่เน้นเรื่องการให้หลักประกันเหมือนการปล่อยกู้แบบเดิม จึงช่วยให้คนกลุ่มนี้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้

- เมื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ จะสามารถขยายธุรกิจขนาดเล็กของตนออกไปได้ และสามารถลดความยากจน เพิ่มรายได้ เพิ่มการออม และพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยความสามารถของตนเองได้

- ทั่วโลกมีความต้องการสินเชื่อ Microfinance มาก และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปริมาณการให้สินเชื่อในปัจจุบันเป็นไปอย่างจำกัดและไม่เพียงพอต่อความต้องการ

- ปี 2558 ทั่วโลกมีผู้ประกอบการรายย่อยในชนบทจำนวนประมาณ 555 ล้านราย โดยมีความต้องการเงินทุนจาก Microfinance ประมาณ USD 300 พันล้าน แต่มีผู้ได้รับเงินกู้จาก Microfinance Institutions ในมูลค่าเพียง USD 44 ล้าน

2. สถาบันการเงินระดับฐานราก (Microfinance Institution)

- Microfinance Institution (MFI) อาจอยู่ในรูปขององค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร (NGOs) สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารชุมชน เครดิตยูเนียน ธนาคารเพื่อรายย่อย หรือ สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น

- การให้บริการทางการเงินของ Microfinance Institution จะมุ่งเน้นเฉพาะกิจกรรมการให้สินเชื่อเป็นหลัก และให้บริการรับฝากเงิน และประกันภัย

- สินเชื่อส่วนใหญ่จะให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและธุรกิจขนาดย่อมในชนบท (65%) และสินเชื่อส่วนบุคคล (35%) และสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (5%) (สถิติปี 2552)

3. แหล่งเงินทุนหลักของ Microfinance Institution

- มาจากการรับฝากเงิน การก่อหนี้ และการออกหุ้นทุน (ปี 2553 ในสัดส่วนร้อยละ 45%, 35% และ 25% ตามลำดับ)

- ผู้ให้แหล่งเงินทุนสำคัญคือ ภาครัฐ สถาบันการเงินในประเทศ และองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ

- แหล่งเงินทุนในแต่ละระดับของการพัฒนาธุรกิจ MFIs จะต่างกัน เช่น ในช่วงเริ่มต้น จะมาจากทุนส่วนตัว หรือเงินอุดหนุนจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ ในช่วงที่มั่นคง (Mature) จะได้เงินทุนจากสินเชื่อของสถาบันการเงิน หรือระดมทุนจากตลาดทุน

4. ลักษณะการให้สินเชื่อ Microfinance

- วงเงินการให้สินเชื่อรายย่อย (USD 50 - 5,000) ระยะเวลาปล่อยกู้สั้น (3 เดือน - 2 ปี) ผู้ให้กู้จะมีความใกล้ชิดกับผู้กู้ และการปล่อยกู้จะไม่เน้นเรื่องการให้หลักประกัน เหมือนการปล่อยกู้แบบเดิม แต่จะเน้นศึกษาข้อมูลสถานะของผู้กู้และวิเคราะห์ด้านเครดิต

- โดยทั่วไปอัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ของ Microfinance จะประมาณ 20 - 35% ต่อปี ซึ่งแม้ว่าอัตรานี้จะสูงกว่าของธนาคารพาณิชย์ แต่ก็ยังต่ำกว่าเงินกู้ในระบบ

- วิธีในการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าคืนเงินกู้

1. ให้กู้เป็นกลุ่ม (Group lending) คือผู้กู้จะต้องมีการรวมกลุ่มกันและต้องช่วยกันรับผิดชอบเงินกู้ของแต่ละคนในกลุ่ม แม้จะไม่มีกรเรียกหรือให้ต้องใช้หนี้แทนถ้าคนในกลุ่มผิดสัญญา ก็ตาม วิธีการนี้เป็นการอาศัยแรงกดดันจากคนในกลุ่มเพื่อให้มีการชำระหนี้ ตัวอย่างสำคัญ ได้แก่ ธนาคารกรามีน ในบังกลาเทศ ปล่อยกู้ให้กับผู้กู้เป็นกลุ่ม ๆ ละ 5 คน หลังจาก 2 คนแรกชำระหนี้ครบ 5 อาทิตย์ สมาชิกที่เหลือจึงจะมีสิทธิกู้ยืมต่อ ปัจจุบันมีผู้กู้กว่า 8 ล้านคน (เป็นลูกค้าสตรี 97%) ยอดสินเชื่อกว่า USD 1 พันล้าน มีอัตราชำระหนี้ถึง 97% ของยอดสินเชื่อ

2. ให้กู้เป็นรายบุคคล (Individual lending) และมีบางกรณีให้ผู้กู้ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน กลุ่มผู้กู้ต้องการตั้งต้นธุรกิจ หรือชำนาญทางธุรกิจอยู่แล้ว ในบางกรณีผู้กู้ก็มีหลักทรัพย์ค้ำประกันอยู่บ้าง และจะให้แรงจูงใจว่าถ้าใช้เงินคืนครบจะมีโอกาสได้กู้เงินต่อในวงเงินที่สูงขึ้น และให้โอกาสได้อบรมทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น องค์กร Accion International ในลาตินอเมริกา เป็นต้น

3. บทบาทของตลาดทุนในการเป็นแหล่งเงินทุนให้กับสถาบันการเงินในระบบการเงินระดับฐานราก

3.1 ระดมทุนโดยการเสนอขายหุ้นและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เช่น ปี 2550 Compartamos Banco ในเม็กซิโก ระดมทุน USD 474 ล้าน (35% ของหุ้นทั้งหมด) ปี 2553 SKS Microfinance ในอินเดีย ระดมทุน USD 350 ล้าน (44% ของหุ้นทั้งหมด)

3.2 ระดมทุนด้วยการออกตราสารหนี้

- MFIs ได้เริ่มออกตราสารหนี้เพื่อระดมทุนในตลาดทุนมาตั้งแต่ ปี 2544 เช่น Mi Banco ในเปรู มูลค่า USD 500,000 ปี 2545 Compartamos Banco ในเม็กซิโก มูลค่า USD 70 ล้าน

3.3 ระดมทุนผ่านธุรกรรม securitization หรือกองทุนเพื่อการลงทุนใน Microfinance (ตลาดจะเรียกเครื่องมือนี้ว่า Microfinance Investment Vehicles)

- การระดมทุนด้วยวิธีนี้จะมี Microfinance Investment Vehicle (MIV) (ปี 2551 MIV มีกว่า 155 แห่ง และมีสินทรัพย์ USD 5.5 พันล้าน) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการจัดสรรเงินทุนให้แก่ Microfinance Institution ไม่ว่าจะด้วยการให้สินเชื่อโดยตรง การลงทุนในพอร์ตสินเชื่อของ MFIs หรือการลงทุนในตราสารหนี้หรือหุ้นที่ออกโดย MFIs ทั้งนี้ ตัว MIV จะระดมทุนด้วยการออกตราสารหนี้หลายชนิดที่มีลำดับสิทธิในการได้รับชำระหนี้แตกต่างกัน (tranches) และการออกหุ้นทุน เพื่อเสนอขายแก่ ผู้ลงทุนสถาบันและผู้ลงทุนทั่วไป โดยในการออกตราสารหนี้จะมีการจัดอันดับความน่าเชื่อถือโดยสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่มีชื่อเสียง

- มีผู้ลงทุนที่สำคัญคือ สถาบันเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ ผู้ลงทุนสถาบัน และผู้ลงทุนรายใหญ่

- ตัวอย่างคือ การออกตราสาร Collateralized Debt Obligations (CDOs) หรือการจัดตั้ง Mutual Fund หรือ Investment Fund เพื่อลงทุนในตราสารหนี้ของ MFIs หรือ Private Equity Fund เป็นแหล่งเงินทุนให้กับ MFI ที่มีการเติบโตสูง

4. สถาบันการเงินระดับฐานรากในไทย

- สถาบันการเงินระดับฐานรากของไทย ได้แก่

4.1 กลุ่มในระบบ ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ เช่น ธ.กรุงไทย และ ธ.ไทยเครดิต และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของภาครัฐ เช่น ธ.ก.ส. ธ.ออมสิน และ ธ.อิสลาม

4.2 กลุ่มกึ่งในระบบ ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์เครดิตยูเนียน กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง และโรงรับจำนำ

4.3 กลุ่มพึ่งตนเอง ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และกลุ่มสัจจะออมทรัพย์

เมื่อเทียบสัดส่วนเงินฝาก (5.8 ล้านล้านบาท) หรือยอดให้สินเชื่อค้าง (5.9 ล้านล้านบาท) ของผู้ให้บริการทางการเงินระดับฐานราก กับสัดส่วนรวมของสถาบันการเงินทั้ง

ระบบ (15.5 ล้านล้านบาท) จะคิดเป็นเพียงกว่า 8% เท่านั้น ซึ่งอยู่ในสัดส่วนค่อนข้างน้อยและมีช่องว่างการให้บริการทางการเงินอยู่อีกมาก (ก.ล.ด., 2555:1-3)

โดยแนวคิดระบบการเงินระดับฐานราก ได้มีการนำมาใช้ในระบบการให้สินเชื่อและสินเชื่อเช่าซื้อในประเทศไทย เช่น นิมซีเส็ง ลิสซิ่ง ที่เป็นบริษัทการเงินท้องถิ่นที่สำคัญของภาคเหนือ โดยเริ่มเข้ามาในภาคเหนือเมื่อปี 2543 มีสาขาแรกที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน จนขยายสาขาไปเป็น 3 เขตที่เจาะพื้นที่ภาคเหนือ ครอบคลุม 8 จังหวัดคือ เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา ลำปาง แพร่ น่าน โดยจะเน้นการปล่อยสินเชื่อให้กับคนในท้องถิ่นที่เข้าไม่ถึงสถาบันการเงิน หรือไม่มียเอกสารหลักฐานทางการเงินเพียงพอ เช่น เกษตรกร ชาวเขา เป็นต้น โดยมองว่า “ลูกค้ากลุ่มนี้ถือเป็นตลาดที่กว้าง แต่สถาบันการเงินอื่นๆ ไม่ให้ความสำคัญ หรือไม่สามารถปล่อยสินเชื่อให้ได้ เพราะไม่มีประวัติทางการเงินเป็นหลักฐานประกอบการขอสินเชื่อ ทั้งๆ ที่ความจริงแล้ว ลูกค้ากลุ่มนี้ถือเป็นลูกค้าชั้นดี มีประวัติการชำระเงินสม่ำเสมอ และตรงเวลากว่าลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเมือง พนักงานบริษัทที่มีสลิปเงินเดือน หรือลูกค้าที่กู้เงินไปเพื่อซื้อรถยนต์เสียอีก การได้จับตลาดกลุ่มนี้หากมองในมุมกลับกัน เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้คนเหล่านี้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน ที่โดยปกติจะทำได้ยาก หากเข้าไปในช่องทางของสถาบันการเงินที่มาจากส่วนกลาง” (ชัยวัฒน์ สุวิทย์ศักดิ์ดำนนท์, 2550 อ้างถึงในปัทมาพ ตั้งศรีวงศ์, 2550) และ “ลูกค้าเราอาจจะเป็นชาวบ้านชาวเขาที่เข้าไม่ถึงระบบการเงินสมัยใหม่ และบริษัทก็มีแนวการให้บริการตามสโลแกนที่กำหนดไว้ว่าคุยเรื่องเงินกับคนกันเอง แต่เรามีระบบการจัดการที่ทันสมัย เพราะวิสัยทัศน์ของเราต้องการที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจลิสซิ่งที่ให้บริการได้รวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส ชัดเจน กันเอง ตามพันธกิจที่กำหนดไว้ การลงทุนด้านไอทีด้วยงบก้อนใหญ่ก็เพื่อตอบโจทย์ตรงจุดนี้” (ปราณี สุวิทย์ศักดิ์ดำนนท์, 2553 อ้างถึงในนภาพร ไชยขันแก้ว, 2553)

The Bottom of The Pyramid

เป็นแนวคิดของ C.K. Prahalad จากหนังสือ “The Fortune at The Bottom of The Pyramid : Eradicating Poverty Through Profits” ที่กล่าวถึงแนวคิดนี้ว่าลักษณะการกระจายตัวของความมั่งคั่งของประชากรในโลกนี้มีลักษณะเหมือนพีระมิด โดยคนกลุ่มที่อยู่ส่วนยอดของพีระมิดจะมีโอกาสในการสร้างรายได้ที่สูงกว่า ส่วนคนที่อยู่ในส่วนฐานของพีระมิดนั้นจะเป็นประชากรส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่ำ (Prahalad, 2005:4) ดังนั้นการที่บริษัทเอกชนจะมองแต่โอกาสของชนชั้นกลางหรือระดับยอดของพีระมิดไม่ได้ ทั้งที่คนส่วนใหญ่ของโลกอยู่ที่ฐานของพีระมิด C.K. Prahalad เลยทำวิจัยขึ้นมา สร้างทฤษฎีขึ้นมาใหม่โดยเปลี่ยนมุมมองว่าย่อมเฉพาะในจุดที่ไม่มีกำลังซื้อ แต่ให้มองว่าสินค้าบางอย่างชนชั้นล่างก็มีความตระหนักรู้ แต่ประเด็นก็คือต้องเปลี่ยนการให้ประโยชน์จาก

สินค้าแทนที่จะเน้นเรื่องรูปแบบ โดยอาจจะเปลี่ยนขนาด วิธีเครดิตทอม แต่ต้องเอาเทคโนโลยีเข้ามา ถ้าเปลี่ยนได้โอกาสจะกลับมา (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2547)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถ ที่มีทั้งการวิจัยในส่วนของรถใหม่และรถมือสอง โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ซื้อรถ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อบริษัทซื้อรถ โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทซื้อรถยนต์ ซึ่งมีการศึกษาในปัจจัยต่างๆ ดังนี้



ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถ

เรื่อง	ชื่อผู้แต่ง (ปี)	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ผลการศึกษา
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	วุฒิสาสตร์ คำคม สิริวัฒนา รุ่งเรือง สุธิดา ถนอมวงษ์ (ปี 2545)	ผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสองอย่างมีนัยสำคัญ
			ปัจจัยทางสังคม	ปัจจัยด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง
			ปัจจัยด้านราคาเพียงปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง	ปัจจัยด้านราคาเพียงปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง
การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย	มนัสนันท์ สนเศรษฐกร นเรศ กิ่งเกตุ สรคมนันท์ พงศ์ประภากรณ์ (ปี 2545)	ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ และใช้ข้อมูลทศวิทยุมิรายไตรมาสตั้งแต่ปี 2535-2544 โดยใช้เฉพาะปริมาณการจำหน่ายรถยนต์	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	รายได้ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล แต่อัตราการว่างงาน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจะมีผลในทางตรงข้าม
			รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	จำนวนประชากร รายได้ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการจำหน่ายรถเพื่อการพาณิชย์ แต่ราคาน้ำมันดีเซล อัตราการว่างงาน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม จะมีผลในทางตรงข้าม

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถ (ต่อ)

เรื่อง	ชื่อผู้แต่ง (ปี)	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ผลการศึกษา
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถอเนกประสงค์ (SUV) ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	จารึก คาคี เทอดเกียรติ ศรีภุมมา ธนพงศ์ พรหมวนิช (ปี 2545)	ผู้ใช้รถ อเนกประสงค์ จำนวน 196 ตัวอย่าง	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากที่สุด
			ปัจจัยด้านราคา	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมมากที่สุด
			ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับจำนวนโชว์รูมและศูนย์บริการมากที่สุด
			ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับจำนวนโชว์รูมและศูนย์บริการมากที่สุด
			ปัจจัยด้านบริการ	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายมากที่สุด
			ปัจจัยด้านสังคม	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแนะนำจากครอบครัวมากที่สุด

ตารางที่ 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสินค้าเช่าซื้อรถ

เรื่อง	ชื่อผู้แต่ง (ปี)	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ผลการศึกษา
พฤติกรรมการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่	สุปราณี วงศ์ กาแก้ว (ปี 2551)	ผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ กับ ธนาคาร เกียรติ นาคิน จำกัด (มหาชน) สาขา เชียงใหม่ รวม 200 ตัวอย่าง	ปัจจัยด้านราคา	ให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ
			ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ให้ความสำคัญกับการอนุมัติง่าย รวดเร็ว
			ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ให้ความสำคัญกับการอนุมัติวงเงินกู้
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย	ประชา พ่อ สุวรรณ (ปี 2552)	ลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 300 ราย	ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร	ให้ความสำคัญความมั่นคงของธนาคาร
			ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ	ให้ความสำคัญอัตราดอกเบี้ยต่ำ
			ปัจจัยด้านบุคลากร	ให้ความสำคัญพนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ
			ปัจจัยด้านการให้บริการ	ให้ความสำคัญความสะดวก รวดเร็ว
			ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ให้ความสำคัญสถานที่จอดรถสะดวก
ปัจจัยด้านการตลาด	ให้ความสำคัญการประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์			

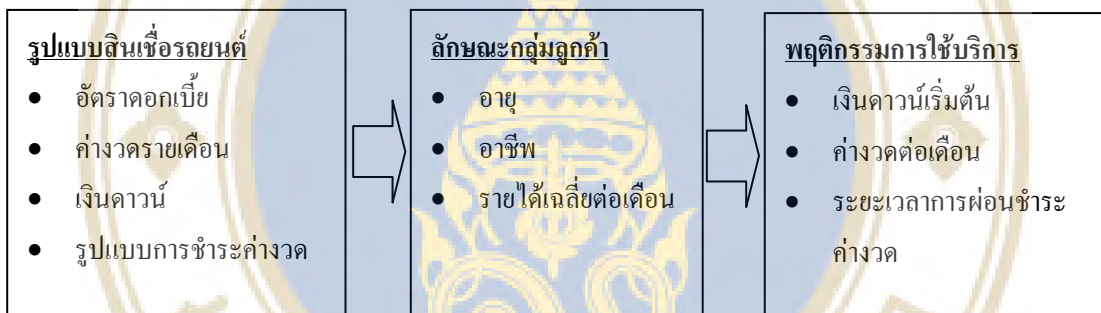
จากผลงานวิจัยในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ (ตารางที่ 2.2) พบว่าการวิจัยส่วนมากจะใช้กลุ่มตัวอย่างไม่มากนัก และจะวิจัยในปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยโดยทั่วไปต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ทั้งมือหนึ่งและมือสอง โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการการเลือกใช้สินเชื่อบริษัทซื้อรถยนต์นั้นจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมในเรื่องของรายได้ผู้ซื้อ และปัจจัยด้านราคาในเรื่องของราคารถยนต์ ส่วนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสินเชื่อบริษัทซื้อรถยนต์ (ตารางที่ 2.3) ซึ่งปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างวิจัยให้ความสำคัญต่อการเช่าซื้อรถยนต์โดยส่วนมากนั้นจะเป็นปัจจัยด้านราคา ในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ นั้นจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการ การให้บริการต่างๆของผู้ให้บริการสินเชื่อบริษัทซื้อรถยนต์



บทที่ 3 วิธีการวิจัย

3.1 กรอบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการพัฒนารูปแบบสินค้าเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อการพาณิชย์ให้มีความหลากหลายตรงกับลักษณะของกลุ่มลูกค้า และนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้า ผู้สนใจใช้บริการเช่าซื้อ เพื่อทดสอบว่ารูปแบบของบริการเช่าซื้อที่มีความหลากหลายตรงกับ ลักษณะของลูกค้า นั้น จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า นำไปสู่การเพิ่มยอดขาย โดยจากการ ทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำเสนอกรอบการวิจัยครั้งนี้ได้ ดังนี้



รูปแบบสินค้าเช่าซื้อที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการนำเสนอผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อการพาณิชย์

1. บริการเช่าซื้อในรูปแบบทั่วไป

รูปแบบสินค้าเช่าซื้อที่ผู้ให้บริการเช่าซื้อนำเสนอแบบมาตรฐานทั่วไป

2. บริการเช่าซื้อค่างวดต่ำ

รูปแบบสินค้าเช่าซื้อที่สร้างความง่ายในการซื้อ โดยออกแบบรูปแบบสินค้าเช่าซื้อ ให้มีค่างวดเช่าซื้อที่ต่ำกว่าการเช่าซื้อปกติประมาณร้อยละ 30-40 แต่มีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าเช่าซื้อแบบทั่วไป

3. บริการเช่าซื้อตามฤดูกาล

รูปแบบสินเชื่อที่ตรงกับลักษณะรายได้ของผู้ซื้อที่ได้รับตามลักษณะอาชีพ เช่น เกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน เป็นต้น โดยให้ผู้ใช้บริการสามารถจ่ายค่างวดเช่าซื้อได้ทุกๆ 3, 6 เดือน ตามลักษณะการได้มาของรายได้ตามอาชีพของผู้ใช้บริการ



ตารางที่ 3.1 ลักษณะสินเชื่อเช่าซื้อแต่ละรูปแบบ

โปรแกรม	เช่าซื้อทั่วไป	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล	
			ทุก 3 เดือน	ทุก 6 เดือน
กลุ่มลูกค้า	ลูกค้าทั่วไป	ลูกค้าที่ต้องการค่างวดต่ำ และ/หรือ เปลี่ยนรถบ่อย และ/หรือ ผ่อนนาน	เกษตรกรที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตทุก 3 เดือน	เกษตรกรที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตทุก 6 เดือน
ลักษณะของโปรแกรม	ผ่อนชำระค่างวดเท่ากันทุกๆเดือน	<p>ผ่อนยาว โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง</p> <ul style="list-style-type: none"> ค่างวดช่วงแรกต่ำกว่าการเช่าซื้อทั่วไป มีทางเลือกเมื่อครบสัญญาช่วงแรก คือ <ol style="list-style-type: none"> ผ่อนชำระต่อที่อัตราดอกเบี้ยใหม่ ณ เวลานั้น+0.25% เปลี่ยนรถใหม่ ปิดบัญชี 	ชำระค่างวดทุก 3 เดือน	ชำระค่างวดทุก 6 เดือน
ระยะเวลา	12-84 เดือน	สูงสุด 84 เดือน		
		ช่วงแรก 24 เดือน	ช่วงแรก 36 เดือน	ช่วงแรก 48 เดือน
เงินคาวน	เริ่มต้นที่ 15%	เริ่มต้นที่ 15%	15-25%	
อัตราดอกเบี้ย	ดอกเบี้ยมาตรฐาน	ดอกเบี้ยมาตรฐาน + 2.75%	ดอกเบี้ยมาตรฐาน + 0.25%	ดอกเบี้ยมาตรฐาน + 0.50%
จุดเด่น	อัตราดอกเบี้ยต่ำที่สุด	<ul style="list-style-type: none"> ค่างวดต่ำกว่าการเช่าซื้อทั่วไป มีทางเลือกเมื่อครบสัญญาช่วงแรก 	ชำระค่างวดได้เหมาะสมกับรายได้ตามฤดูกาลเก็บเกี่ยว	

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

ประชากรในการวิจัย จะเป็นผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์นั่งเพื่อการพาณิชย์ในจังหวัด
หนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.3 วิธีการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อในรูปแบบพิเศษใน
การขยายขอบเขตด้านรายได้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ สามารถทำการ
วิจัยได้ ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัย

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการนำเสนอสินเชื่อเช่าซื้อในรูปแบบต่างๆที่ได้มีการ
พัฒนาขึ้นให้กับกลุ่มผู้สนใจที่จะใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ผ่านทางพนักงานขาย
รถยนต์ในผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยประกอบไปด้วย
ข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ประกอบ
ไปด้วย อายุ อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ซึ่งประกอบไปด้วย
ข้อมูลเกี่ยวกับ เงินค่างวดเริ่มต้น ค่างวดต่อเดือน และระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวด

ส่วนที่ 3 การเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ซึ่งจะแสดงข้อมูลสัดส่วน
การใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไป สินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำ และสินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาล

3.3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์นั่งเพื่อการพาณิชย์ มาวิเคราะห์ใน
รูปแบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำเสนอข้อมูลในลักษณะข้อมูลทั่วไปด้วย
รูปแบบตารางข้อมูล ร้อยละ ค่าเฉลี่ย กราฟข้อมูล และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยการขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยหลากหลายของรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อ ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อรูปแบบต่างๆในการขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยจากการวิจัยผู้ใช้บริการจะเลือกสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำ แต่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาล ทำให้ผลการวิจัยจะมีเพียงแค่ผลของสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำเท่านั้น โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์
- พฤติกรรมการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์
- การเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

การศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ประกอบไปด้วย ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ มีผลการวิจัย ดังนี้

ผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่ซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำนั้นมีสัดส่วนช่วงอายุที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 40-49 ปี ที่ 34.6% และ 35.2% ตามลำดับ รองลงมาคือช่วงอายุ 30-39 ปี ที่สัดส่วน 33.9% และ 33.6% ตามลำดับ ส่วนช่วงอายุ 20-29 ปี และมากกว่า 50 ปี จะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันที่ 15% (ดังแสดงในตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 ช่วงอายุของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ช่วงอายุ	เช่าซื้อทั่วไป	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล
20-29	15.6%	14.8%	ไม่มีผู้เลือกใช้บริการ
30-39	33.9%	33.6%	
40-49	34.6%	35.2%	
>50	15.9%	16.4%	
รวม	100%	100%	

ที่มา : จากการวิจัย

ผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปจะประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุด ที่สัดส่วน 53.3% รองลงมาคือ ผู้ประกอบการ, เจ้าของกิจการ และ ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ , ลูกจ้างประจำ ในสัดส่วน 30.1% และ 9.4% ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำนั้นจะมีสัดส่วนของผู้ประกอบอาชีพผู้ประกอบการ, เจ้าของกิจการ มากที่สุด 39.1% รองลงมาคือเกษตรกร 37.5% และ ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ ,ลูกจ้างประจำ 15.6% (ดังแสดงในตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 อาชีพของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

อาชีพ	เช่าซื้อปกติ	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล
ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ, ลูกจ้างประจำ	9.4%	15.6%	ไม่มีผู้เลือกใช้บริการ
ผู้ประกอบการ, เจ้าของ, กรรมการ, หุ้นส่วน	30.1%	39.1%	
ผู้ประกอบอาชีพอิสระ	0.2%		
พนักงานและลูกจ้างบริษัท, ห้างร้าน, สำนักงาน	6.7%	6.3%	
อาชีพการเลี้ยงสัตว์	0.2%	1.6%	
อาชีพเกษตรกรรม	53.3%	37.5%	
รวม	100%	100%	

ที่มา : จากการวิจัย

ผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปจะมีระดับรายได้ต่อเดือนที่มากกว่า 55,000 บาท ในสัดส่วนสูงที่สุด คือ 47.0% รองลงมาคือระหว่าง 25,000-55,000 บาท ที่ 40.4% แต่ผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำจะมีสัดส่วนระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,000-55,000 บาท มากที่สุด คือ 44.5% รองลงมาคือ มากกว่า 55,000 บาท ที่ 37.5% และพบว่าที่ระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 25,000 บาท จะมีสัดส่วนสูงกว่าผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไป คือ 18.0% (ผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไป อยู่ที่ 12.6%) (ดังแสดงในตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ระดับรายได้ต่อเดือน	เช่าซื้อทั่วไป	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล
<25000	12.6%	18.0%	ไม่มีผู้เลือกใช้บริการ
25000-55000	40.4%	44.5%	
>55000	47.0%	37.5%	
รวม	100%	100%	

ที่มา : จากการวิจัย

4.2 พฤติกรรมการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ระดับเงินเดือนเริ่มต้นที่ร้อยละ 15-25 จะมีสัดส่วนเยอะที่สุดสำหรับผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไป ที่ 43.5% รองลงมาคือ มากกว่าร้อยละ 25 ที่ 37.4% ส่วนผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำ จะใช้เงินเดือนเริ่มต้นร้อยละ 15-25 มากที่สุด ที่ 51.6% รองลงมาคือ ร้อยละ 10-15 ที่ 28.9% (ดังแสดงในตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 เงินค่านเริ่มต้นของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

เงินค่านเริ่มต้น	เช่าซื้อปกติ	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล
0	0.4%	0.0%	ไม่มีผู้เลือกใช้บริการ
<10	1.8%	5.5%	
10-15	16.9%	28.9%	
15-25	43.5%	51.6%	
>25	37.4%	14.1%	
รวม	100%	100%	

ที่มา : จากการวิจัย

ผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปจะชำระค่างวดต่อเดือนที่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท มากที่สุด 44.3% รองลงมาคือระหว่าง 8,000-10,000 บาท 37.0% แต่ผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำนั้นจะเลือกชำระค่างวดต่อเดือนที่ต่ำกว่าในช่วงระหว่าง 5,000-8,000 บาท ถึง 65.6% รองลงมาคือระหว่าง 8,000-10,000 บาท 28.1% และไม่เลือกการชำระค่างวดที่มากกว่า 15,000 บาท (ดังแสดงในตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ค่างวดต่อเดือนของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ค่างวดต่อเดือน	เช่าซื้อปกติ	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล
<5000	2.4%	3.1%	ไม่มีผู้เลือกใช้บริการ
5000-8000	14.6%	65.6%	
8000-10000	37.0%	28.1%	
10000-15000	44.3%	3.1%	
>15000	1.8%		
	100%	100%	

ที่มา : จากการวิจัย

ส่วนการเลือกระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวดนั้น พบว่าผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไป จะเลือกระยะเวลาผ่อนชำระ 72 เดือน มากที่สุดถึง 44.7% รองลงมา คือ 60

เดือน 24.2% ส่วนผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำจะเลือกระยะเวลาผ่อนชำระที่ 60 เดือนถึง 83.6% และ 48 เดือน 16.4% (ดังแสดงในตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ระยะเวลาการผ่อนชำระค่างวดของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

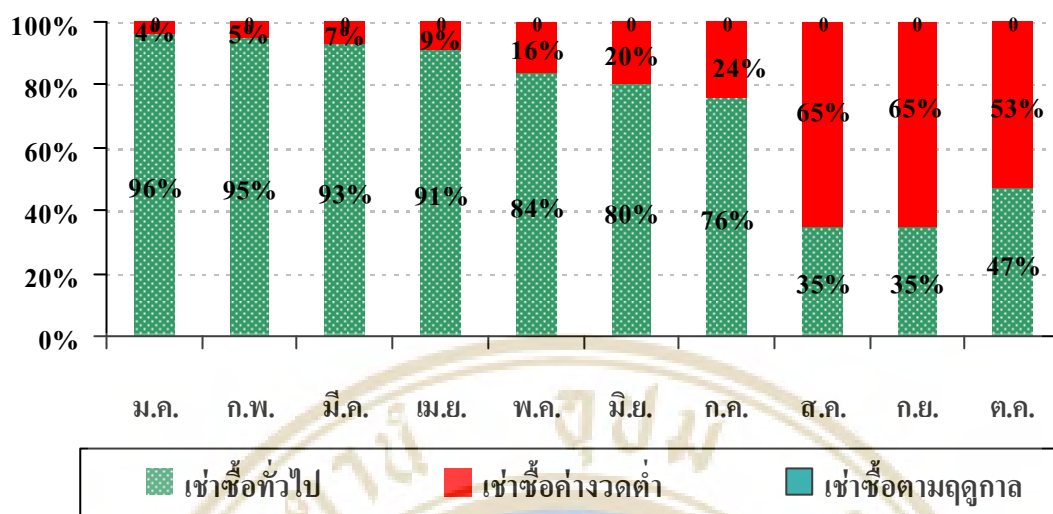
ระยะเวลาผ่อนชำระ	เช่าซื้อทั่วไป	เช่าซื้อค่างวดต่ำ	เช่าซื้อตามฤดูกาล
24	0.4%		
36	1.8%		
48	11.4%	16.4%	
60	24.2%	83.6%	
72	44.7%		
84	17.5%		
	100.0%	100.0%	

ไม่มีผู้เลือกใช้
บริการ

ที่มา : จากการวิจัย

4.3 การเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

จากการวิจัยพบว่า ในช่วงตั้งแต่เดือนมกราคม-กรกฎาคม 2556 จะผู้ขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์จะเลือกใช้บริการสินเชื่อแบบทั่วไปมากกว่าแบบอื่นๆ แต่หลังจากนั้น สัดส่วนการเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบค่างวดต่ำที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อเทียบกับการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ทั้งหมด โดยเฉพาะในช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม 2556 ที่มีสัดส่วนเกินกว่า 50% ในสัดส่วน 65%, 65% และ 53% ตามลำดับ (ดังแสดงรูปภาพ 4.1)



รูปภาพ 4.1 สัดส่วนการใช้สินเชื่อบริการรถขนส่งเพื่อการพาณิชย์
ที่มา : จากการวิจัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลายของรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อ ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อในรูปแบบต่างๆในการขยายขอบเขตผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยทำการวิจัยผ่านการนำเสนอสินเชื่อเช่าซื้อในรูปแบบต่างๆ ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นให้กับกลุ่มผู้สนใจที่จะใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และทำการเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์ สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการนำเสนอสินเชื่อเช่าซื้อในรูปแบบต่างๆให้กับกลุ่มผู้สนใจใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั้นเพื่อการพาณิชย์นั้น พบว่าผู้ใช้บริการจะเลือกสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำ แต่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาล ทำให้ผลการวิจัยจะมีเพียงแก่ผลของสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำเท่านั้น ซึ่งในส่วนของข้อมูลทั่วไปพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่ซื้อแบบทั่วไป และค่างวดต่ำ มีสัดส่วนช่วงอายุที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 40-49 ปี โดยมีสัดส่วนการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อในแต่ละช่วงอายุในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปจะประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุด ส่วนผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำนั้นจะมีสัดส่วนของผู้ประกอบอาชีพผู้ประกอบการ, เจ้าของกิจการ มากที่สุด แต่ทั้งนี้เมื่อมองในภาพรวมพบว่าทั้งผู้เลือกใช้บริการเช่าซื้อแบบทั่วไปและค่างวดต่ำส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเกษตรกร และผู้ประกอบการ, เจ้าของกิจการ เช่นเดียวกัน และพบว่าผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ต่อเดือนที่มากกว่า 55,000 บาท ต่างกับผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำที่ส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,000-55,000 บาท

ผลการวิจัยในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ พบว่าระดับเงินดาวน์เริ่มต้นที่ร้อยละ 15-25 จะมีสัดส่วนเยอะที่สุดสำหรับผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อ

การพาณิชย์แบบทั่วไป ส่วนผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำจะใช้เงินค่างวดเริ่มต้น ร้อยละ 15-25 มากที่สุด โดยผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปส่วนใหญ่จะชำระ ค่างวดต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท แต่ผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำ จะเลือกชำระค่างวดต่อเดือนในช่วงระหว่าง 5,000-8,000 บาท มากที่สุด และผู้ให้บริการเช่าซื้อ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์แบบทั่วไปจะเลือกระยะเวลาผ่อนชำระ 72 เดือน มากที่สุด ส่วนผู้ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ค่างวดต่ำจะเลือกระยะเวลาผ่อนชำระที่ 60 เดือน มากที่สุด

สำหรับการเลือกใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ พบว่ามีการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำที่เพิ่มขึ้นมามากในช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยการขยายขอบเขตผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ด้วยความหลากหลายของรูปแบบการเช่าซื้อ เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อรูปแบบต่างๆในการขยายขอบเขตผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ สามารถอภิปรายผลตามรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่ได้มีการนำเสนอ ดังนี้

1.สินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไป

จากผลการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปซึ่งพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกร และผู้ประกอบการ,เจ้าของ,กรรมการ,หุ้นส่วน โดยส่วนใหญ่จะมีรายได้ที่ค่อนข้างสูง เห็นได้จากจะมีรายได้อยู่ในช่วงมากกว่า 50,000 บาทในสัดส่วนมากที่สุด เลือกที่จะใช้เงินค่างวดเริ่มต้นตั้งแต้อยู่ที่ 15 ขึ้นไป และผ่อนชำระรายเดือนในระดับ 10,000-15,000 บาท ซึ่งสูงกว่าสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำ โดยมีพฤติกรรมการเลือกระยะเวลาการผ่อนชำระที่ส่วนใหญ่จะเลือกระยะเวลาในการผ่อนชำระมากกว่า 60 เดือนขึ้นไป ดังนั้น สิ่งที่เห็นได้ชัดจากกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อแบบทั่วไปคือจะเป็นกลุ่มผู้ให้บริการที่มีกำลังซื้อ ที่เลือกค่างวดและผ่อนชำระในอัตราที่สูงกว่า การใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำ ซึ่งกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อประเภทนี้จะมองถึงอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าสินเชื่อเช่าซื้อแบบอื่นๆ ตรงกับการวิจัยของสุปราณี วงศ์กาแก้ว (ปี 2551) ที่อธิบายผลการวิจัยในส่วนของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลมากที่สุด คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ และประชา พ่อสุวรรณ (ปี 2552) ที่อธิบายผลการวิจัยในส่วนของปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อว่าผู้ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้ความสำคัญอัตราดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด ดังนั้นรูปแบบสินเชื่อแบบทั่วไปนี้ก็ยังคงเหมาะสมกับ

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ที่ค่อนข้างสูงและสม่ำเสมอซึ่งมองถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปโดยไม่ต้องการเสียดอกเบี้ยที่สูงเกินไป

2. สินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำ

จากการนำเสนอสินเชื่อค่างวดต่ำ พบว่าจะสามารถช่วยขยายขอบเขตการเข้าถึงของกลุ่มผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่มีระดับรายได้ที่ไม่สูงมาก คือ มีระดับรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท เนื่องจากมีระดับค่างวดรายเดือนที่ต่ำกว่าบริการเช่าซื้อทั่วไป โดยจะชำระค่างวดรายเดือนอยู่ในระดับเพียงแค่ 5,000-8,000 บาท ต่างจากการเช่าซื้อแบบทั่วไปที่ชำระค่างวดรายเดือนในระดับ 10,000-15,000 บาท ซึ่งทำให้ผู้ที่เลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำนี้สามารถผ่านหลักเกณฑ์เงื่อนไขการพิจารณาสินเชื่อจากผู้ให้บริการได้ง่ายกว่าเนื่องจากไม่ต้องมีระดับรายได้ที่สูงมากก็สามารถผ่านเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อได้ และพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำสามารถใช้เงินค่างวดเริ่มต้นที่ต่ำกว่าเนื่องจากการที่ไม่ต้องใช้เงินค่างวดที่สูงก็สามารถเลือกผ่อนชำระค่างวดรายเดือนได้ในระดับที่ไม่สูงมากนัก ซึ่งตรงกับกลุ่มอาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ, ลูกจ้างประจำ ที่มีรายได้ต่อเดือนที่ไม่สูงมากนัก แต่ทั้งนี้พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการ, เจ้าของ, กรรมการ, หุ่นส่วน มากที่สุด ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มอาชีพเหล่านี้แม้จะมีรายได้ที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ประจำ แต่จะมองในเรื่องของค่าใช้จ่ายรายเดือนที่น้อยกว่าเป็นหลัก โดยหลังจากมีการนำเสนอสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำจนเป็นที่รู้จักและเข้าใจสำหรับผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ได้แล้วนั้นก็พบว่ามีแนวโน้มที่ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์จะสนใจในเรื่องของค่างวดรายเดือนที่ต่ำมากกว่าอัตราดอกเบี้ยในช่วงต้นที่สูงกว่าการเช่าซื้อแบบทั่วไป จึงเลือกสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำมากยิ่งขึ้น

3. สินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาล

จากผลการนำเสนอสินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาลพบว่าไม่มีการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่าผู้ใช้บริการส่วนมากจะคิดปัญหาในเรื่องการขาดเอกสารแสดงสิทธิ์ที่ดินทำกินซึ่งต้องใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อ ทำให้ไม่สามารถผ่านเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อได้ จึงทำให้ไม่มีผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อตามฤดูกาลในการวิจัยครั้งนี้ อย่างไรก็ตามหากมีการปรับหลักเกณฑ์ด้านเอกสารการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อให้ยืดหยุ่น เช่น ตัวอย่างของนิมชี้สิ่ง ลิขซึ่ง ที่มองเห็นโอกาสของกลุ่มเกษตรกร หรือชาวเขา และปรับหลักเกณฑ์เพื่อให้โอกาสกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ หรืออาจทำการศึกษาและปรับใช้ตามหลักการพิจารณาเกณฑ์การให้สินเชื่อเช่าซื้อของกลุ่มรถแทรกเตอร์ซึ่งมีลักษณะกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มเดียวกันนี้ ก็จะทำให้สามารถเพิ่มการใช้บริการ

สินเชื่อเช่าซื้อและขยายกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ด้วยรูปแบบการชำระค่างวดทุกๆ 3 หรือ 6 เดือนนี้ สามารถนำไปพัฒนาและปรับหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อเพื่อเพิ่มกลุ่มอาชีพลักษณะต่างๆมากขึ้น เช่น อาชีพพนักงานประจำที่มีรายได้ต่อเดือนไม่สูงมากนักแต่ได้รับเงินโบนัสจำนวนมากปีละครั้ง หรือมากกว่า 1 ครั้ง ซึ่งจะตรงกับรูปแบบการจ่ายค่างวดของสินเชื่อเช่าซื้อ ก็อาจสร้างโอกาสในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้มากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นจะมีความสนใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อตามลักษณะรายได้ของตนเอง โดยมองถึงความง่ายในการผ่านการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อและความสามารถในการผ่อนชำระค่างวดรายเดือนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยที่จะต้องเสียไป ดังนั้นผู้ประกอบการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นี้เพื่อการพาณิชย์จึงควรที่จะให้ความสำคัญกับการศึกษาลักษณะของกลุ่มผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อในพื้นที่นั้นๆ และออกแบบรูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อขยายขอบเขตของกลุ่มผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อจำกัด

การวิจัยการนำเสนอความหลากหลายของบริการเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ เพื่อทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อค่างวดต่ำในการขยายขอบเขตด้านรายได้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์นี้ เป็นการทดสอบการใช้รูปแบบสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นการศึกษาเพียงบริเวณพื้นที่เดียว ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจึงอาจไม่ใช่ข้อมูลที่เป็นตัวแทนของทั่วประเทศได้ และการวิจัยในครั้งนี้ไม่ได้ใช้วิธีการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย จึงทำให้ไม่สามารถสรุปข้อคิดเห็นต่อรูปแบบสินเชื่อแบบต่างๆที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้

บรรณานุกรม

- กลต. (2555, กันยายน). Microfinance ตลาดทุน : แหล่งเงินทุนของระบบการเงินระดับฐานราก, 1-3 กลุ่มสถิติขนส่ง กองแผนงาน. (2556). จำนวนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียน โดยแยกยี่ห้อ รายจังหวัด ปี 2556 (ออนไลน์). สืบค้นจาก :
http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html [10 พฤศจิกายน 2556]
- จารึก คาคี, เทอดเกียรติ ศรีภูมิมา และชนพงศ์ พรหมวนิช. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประเภท SUV ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2556, ไตรมาส 2). รายงานแนวโน้มธุรกิจ, 4.
- บริษัท ฮอนด้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด. (2556). คำถามที่พบบ่อย (ออนไลน์). สืบค้นจาก :
http://www.hondaleasing.co.th/th/customer-services/contact_us/faqs/ask-answer-n.php [8 ธันวาคม 2556]
- ประชา พ้อสุวรรณ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. (2553). รถแลกเงินภาคเหนือ ผู้ทดลอง"นมสี่เซ็งเจ้าถิ่น" จัดซื้อเอสอาร์รักษาฐานลูกค้า (ออนไลน์). สืบค้นจาก :
<http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000098090>
 [11 ธันวาคม 2556]
- มนัสนันท์ สนเศรษฐกร, นเรศ กิ่งเกตุ และสรคมน์ พงศ์ประภากรณ์. (2545). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทย. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วุฒิสาสตร์ คำคม, สิริวัฒนา รุ่งเรือง และสุริดา ถนอมวงษ์. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2555). แนวโน้มธุรกิจให้เข้าซื้อรถยนต์ปี 2556 : ขยายตัวสู่ระดับ 1 ล้านล้าน บาท แต่จับตาประเด็นคุณภาพหนี้ (ออนไลน์).สืบค้นจาก :

<http://portal.settrade.com/brokerpage/IPO/Research/upload/2000000201306/2305.pdf> [10 พฤศจิกายน 2555]

สุปราณี วงศ์กาแก้ว.(2551). พฤติกรรมการเข้าซื้อรถยนต์ใหม่ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

C.K. Prahalad.(2005). The Fortune at The Bottom of The Pyramid : Eradicating Poverty Through Profits(2nd ed.). United States of America:Wharton School Publishing.

J.D. Power Asia Pacific, McGraw Hill Financial.(2013). 2013 Thailand Sales Satisfaction Index Study, Manufacturer analysis, Q32a.