

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ	5
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
3.1 ขอบเขตการศึกษา	13
3.2 กำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	13
3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	14
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
• ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	21
ส่วนที่ 3 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	30
ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	152
สรุปผลการศึกษา	152
อภิปรายผลการศึกษา	176
ข้อค้นพบ	179
ข้อเสนอแนะ	181
บรรณานุกรม	183
ภาคผนวก	184
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	185
ประวัติผู้เขียน	191

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขนาดสินเชื่อของสถาบันการเงินทั้งระบบ ณ สิ้น ธันวาคม 2547	11
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับรายได้ต่อเดือน	18
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม บริษัทให้สินเชื่อ	19
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทสินเชื่อ	19
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งข่าวสารข้อมูลสินเชื่อ	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านราคา	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	23
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	24
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านบุคลากร	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	27
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	29
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านราคา	31
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	32
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	33
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านบุคลากร	34
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	35
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	37
24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	38
25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	40
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามเพศ	41
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	43
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามเพศ	46
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ	48
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	50
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	51
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามเพศ	52
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	54
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	55
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามเพศ	57
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ	59
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	61
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	63
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการจำแนกตามอาชีพ	65
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ	67
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	69
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	71
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอาชีพ	73
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	75
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	79
48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	81
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามอาชีพ	83
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัย ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามอาชีพ	85
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	87
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	89
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม ระดับการศึกษา	91
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	93
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	96
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา	98
57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	101
58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	104
59	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	106
60	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
61	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	110
62	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	112
63	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา	114
64	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	117
65	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	120
66	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	122
67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	124
68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	126
69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	128
70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	130
71	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	132
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	134
73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	136
74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	138

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	140
76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	142
77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	144
78	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	146
79	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	149
80	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันที่ไม่ใช่ ธนาคารพาณิชย์	152
81	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	153
82	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	155
83	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	158
84	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	161
85	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันที่ไม่ใช่ ธนาคารพาณิชย์	164
86	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	166

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
87	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	168
88	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	171
89	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	174