

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ	6
แนวคิดเกี่ยวกับดอกเบี้ยในทัศนะอิสลาม	9
แนวคิดธุรกิจของธนาคารอิสลาม	9
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
ขอบเขตการศึกษา	13
การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	14
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง	20
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง	114
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ	118
สรุปผลการศึกษา	118
อภิปรายผลการศึกษา	143
ข้อค้นพบ	151
ข้อเสนอแนะ	152
เอกสารอ้างอิง	157
ภาคผนวก	158
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	159
ภาคผนวก ข ปกสมุดเงินฝาก	167
ประวัติผู้เขียน	168

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศสถานภาพสมรส	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบัญชีเงินฝาก	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการเงินฝากในแต่ละเดือน	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารอื่นนอกจากธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการเงินฝากของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการอื่นที่ใช้ควบคู่กับบริการเงินฝาก	23
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านผลิตภัณฑ์	24
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านราคา	25
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านการจัดจำหน่าย	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านการส่งเสริมการตลาด	27
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านคน	28
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านกระบวนการให้บริการ	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	31
22 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	33
24 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	34
25 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามเพศ	36
27 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามเพศ	37
28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามเพศ	38
29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	39
30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	41
31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	43
32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามอายุ	44
33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามอายุ	46
34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามอายุ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามอายุ	50
36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	52
37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส	53
38 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรส	54
39 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรส	55
40 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามสถานภาพสมรส	57
41 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	58
42 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามสถานภาพสมรส	59
43 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามศาสนา	61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามศาสนา	62
45 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามศาสนา	63
46 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามศาสนา	64
47 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามศาสนา	65
48 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามศาสนา	66
49 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามศาสนา	67
50 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	68
51 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	70
52 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	72



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	74
54 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	76
55 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	78
56 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	80
57 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	82
58 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	85
59 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	87
60 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามอาชีพ	89
61 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามอาชีพ	91



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
62 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	94
63 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามอาชีพ	96
64 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
65 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102
66 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	104
67 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106
68 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านคน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	108
69 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	110
70 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอิสลาม แห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	112

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
71	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามเพศ	130
72	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ	131
73	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามสถานภาพสมรส	133
74	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามศาสนา	134
75	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	135
76	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอาชีพ	137
77	สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ในภาพรวม โดยจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	140
78	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จัดลำดับตามค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านต่าง ๆ 10 ปัจจัยแรก ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง	142
79	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จัดลำดับตามค่าเฉลี่ยของ ปัจจัยย่อยด้านต่าง ๆ 10 ปัจจัยแรก ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาลำปาง ที่นับถือศาสนาอิสลาม	148

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
80	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จัดลำดับตามค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านต่าง ๆ 10 ปัจจัยแรก ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้านาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาต่าง ๆ ที่นับถือศาสนาอื่น ๆ	150



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)	7
2	แสดงโมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved