

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรม	8
2.3 นิยามศัพท์	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
3.1 วิธีการศึกษา	13
3.2 ขอบเขตการศึกษา	13
3.3 ขอบเขตประชากร	14
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
3.6 การเก็บและการรวบรวมข้อมูล	15
3.7 ระยะเวลาในการศึกษา	15

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะของ ลูกค้านาคาการออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	22
ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อกะ ของลูกค้านาคาการออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา	70
บทที่ 5 การสรุป การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	78
5.1 สรุปผลการศึกษา	78
5.2 การอภิปรายผลการศึกษา	82
5.3 ข้อค้นพบ	83
5.4 ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	91
ภาคผนวก ข เอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณาในการขอกู้	100
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรและอาชีพ	102
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการขอกู้	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับอนุมัติวงเงินกู้	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ค้ำประกัน	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ธนาคารพิจารณาอนุมัติ	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวงเงินกู้ที่จะได้รับอนุมัติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	23
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ค้ำประกันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	24
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	25
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเอกสารที่ใช้ในการยื่นขอผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	27
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านระเบียบและเงื่อนไขควบคู่กับการให้สินเชื่อ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	28
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความมั่นคงของธนาคารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	29
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	30
19	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านอัตราดอกเบี้ยต่ำที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	32
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านอัตราค่าธรรมเนียมต่ำที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	33
22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านมีจำนวนสาขามาก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	36
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	37
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านสถานที่จอดรถเพียงพอ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	38
27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า บอร์ดภายในสาขาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	40
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเสนอขายภายในสาขาหน้าเคาท์เตอร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	41
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเสนอบริการโดยทางโทรศัพท์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	42
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเสนอบริการโดยส่งจดหมายตรงถึงหน่วยงาน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านทีมงานขายออกไป ประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	44
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเปิดบุรุษร่วมกับ โครงการบ้านจัดสรร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	45
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	46
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านคำแนะนำจากผู้อื่นที่ เคยใช้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	47
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการ ส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะของผู้ตอบแบบ สอบถาม	48
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านพนักงานให้คำแนะนำและคำ ปรึกษาอย่างถูกต้อง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	49
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	50
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และ ความเป็นกันเอง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะหะ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
40	52
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	
41	53
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีความเสมอภาค ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	
42	54
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	
43	55
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีบุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	
44	56
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร ด้านรู้จักเป็นส่วนตัวเป็นญาติหรือเพื่อนกับพนักงาน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	
45	57
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะของผู้ตอบแบบสอบถาม	
46	58
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	
47	59
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านมีบรรยากาศภายในสำนักงานที่ดี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการสินเชื่อกะ	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านความมีระเบียบภายในสำนักงาน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ เคหะ	60
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านความสะอาดของอาคารสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ เคหะ	61
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	62
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	63
52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ เคหะของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความสะดวกรวด เร็วในการติดต่อ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	65
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านระยะเวลาในการ อนุมัติเงินกู้สั้น ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	66
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัย ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านขั้นตอนในการ อนุมัติเงินกู้อวดเร็ว ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะ	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านจำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะ	68
57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อกะของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
59 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	71
60 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	72
61 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	73
62 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	74
63 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	75
64 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	77
65 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	78
66 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรและอาชีพ	103