

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ	4
แนวคิดสินเชื่อบุคคล	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการ	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการ	
สินเชื่อบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบัน	
การเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	24

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบัน การเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	39
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผล ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่ง ประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	107
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	117
สรุปผลการศึกษา	117
อภิปรายผล	128
ข้อค้นพบ	130
ข้อเสนอแนะ	132
บรรณานุกรม	135
ภาคผนวก	137
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	138
ภาคผนวก ข ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาต ตามข้อ ๕ แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๕๘ (เรื่อง สินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ)	150
ภาคผนวก ค รายละเอียดผู้ประกอบการกิจสินเชื่อบุคคลภายใต้ การกำกับธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีใช้สถาบันการเงิน	156
ประวัติผู้เขียน	159

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนร้อยละของแบบสอบถาม จำแนกตามที่ตั้งเก็บสถานที่ต่างๆ	12
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	16
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	16
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส	17
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	17
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	18
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเป็นสมาชิกของสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย	19
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้สินเชื่อส่วนบุคคล	19
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนบัตรสินเชื่อส่วนบุคคลที่ถือ	20
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้สินเชื่อส่วนบุคคล	20
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการนำวงเงินสินเชื่อไปใช้ประโยชน์	21
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลในการซื้อสินค้า	22
14. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล	23
15. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	24
16. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	26
17. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	30
19. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	32
20. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	34
21. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	36
22. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร	38
23. แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	39
24. แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศ	41
25. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	43
26. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	45
27. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	49
29. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	51
30. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	53
31. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	54
32. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	56
33. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	58
34. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	60
35. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	62
36. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	64
37. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	66
38. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	68
39. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	70
40. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	75
42. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	78
43. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	81
44. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	83
45. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	85
46. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	87
47. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับรายได้	89
48. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้	91
49. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้	93
50. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับรายได้	96
51. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับรายได้	99
52. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับรายได้	101
53. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับรายได้	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54. แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามระดับรายได้	105
55. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	107
56. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านราคา ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	109
57. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	110
58. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	111
59. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	113
60. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	115
61. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	116
62. แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคล มากที่สุด และน้อยที่สุด และปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลที่พบมากที่สุด และน้อยที่สุด	131