

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	13
ข้อมูล และแหล่งข้อมูล	14
เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	14
การประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาของการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล	24
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	97
สรุปผลการศึกษา	97
อภิปรายผล	132
ข้อค้นพบ	133
ข้อเสนอแนะ	135

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม	หน้า
ภาคผนวก	136
ประวัติผู้เขียน	138
	151



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	17
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินเชื่อบุคคล ที่ใช้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)	19
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ทำให้ ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)	20
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ ในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)	21
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ หรือเคยใช้ สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่นนอกจากธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)	21
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถาบัน การเงินที่ผู้ใช้ หรือเคยใช้สินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่น	22
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ทำให้ ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่น	22
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกับสถาบันการเงินอื่น	23
14 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล	24
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล	25
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความ สำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้สินค้าบุคคล	27
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความ สำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล	28
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความ สำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ สินค้าบุคคล	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความ สำคัญของปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความ สำคัญปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล	31
22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	34
24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้า บุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	36
25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	38
26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	42
28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	47
31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	49
32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	50
33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	52
34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	54
35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	56
36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	58
37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	59
38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	61
39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	63
40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95
54 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม	98
55 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	100
56 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	101
57 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	102
58 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
59 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	104
60 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	105
61 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	106
62 แสดงสรุปปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	107
63 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	108
64 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	109
65 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	110
66 แสดงสรุปปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าของผู้ ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
67 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอายุ	112
68 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ สินเชื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	113
69 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ	114
70 แสดงสรุปปัจจัยด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	115
71 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอายุ	116
72 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	117
73 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ	118
74 แสดงสรุปปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	119
75 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อ บุคคลจำแนกตามอายุ	120
76 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อ บุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	121
77 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อ บุคคล จำแนกตามอาชีพ	122
78 แสดงสรุปปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อ บุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	123
79 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคล จำแนกตามอายุ	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
80 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	125
81 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามอาชีพ	126
82 แสดงสรุปปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	127
83 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามอายุ	128
84 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	129
85 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามอาชีพ	130
86 แสดงสรุปปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้สินค้าบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	131