

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| กิตติกรรมประกาศ                                  | ค    |
| บทคัดย่อภาษาไทย                                  | ง    |
| ABSTRACT   | จ    |
| สารบัญ   | ช    |
| สารบัญตาราง                                      | ญ    |
| <br>   |      |
| บทที่ 1  |      |
| บทนำ   | 1    |
| 1.1 หลักการและเหตุผล                             | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา                      | 2    |
| 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา                 | 2    |
| 1.4 นิยามศัพท์                                   | 2    |
| <br>   |      |
| บทที่ 2  |      |
| แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง      | 3    |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎี                               | 3    |
| 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง                   | 4    |
| <br>   |      |
| บทที่ 3  |      |
| ระเบียบวิธีการศึกษา                              | 6    |
| 3.1 ขอบเขตการศึกษา                               | 6    |
| 3.2 วิธีการศึกษา                                 | 7    |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา                   | 8    |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล                           | 8    |
| 3.5 สถานที่ในการดำเนินงานการวิจัยและรวบรวมข้อมูล | 9    |
| 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา                           | 9    |
| <br>   |      |
| บทที่ 4  |      |
| ผลการศึกษา                                       | 10   |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม   | 10   |

## สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| ผลการศึกษา (ต่อ)   |      |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล  | 14   |
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการเขตอำเภอฝาง<br>จังหวัดเชียงใหม่ในการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล | 18   |
| บทที่ 5  |      |
| สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ  | 54   |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา   | 54   |
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา  | 61   |
| 5.3 ข้อค้นพบ   | 63   |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ   | 65   |
| บรรณานุกรม   | 67   |
| ภาคผนวก  | 68   |
| แบบสอบถาม  | 69   |
| ประวัติผู้เขียน  | 75   |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญตาราง

|               | หน้า   |
|---------------|--|
| ตารางที่ 4.1  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 10  |
| ตารางที่ 4.2  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 11   |
| ตารางที่ 4.3  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ 11  |
| ตารางที่ 4.4  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา 12  |
| ตารางที่ 4.5  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน 12  |
| ตารางที่ 4.6  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 13   |
| ตารางที่ 4.7  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล 14   |
| ตารางที่ 4.8  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้สินเชื่อส่วนบุคคล 14  |
| ตารางที่ 4.9  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการสถาบันการเงินที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน 15  |
| ตารางที่ 4.10 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแบบประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการอยู่ปัจจุบัน 16  |
| ตารางที่ 4.11 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินรวมที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลทุกสถาบันการเงิน 16                                 |
| ตารางที่ 4.12 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินเดิมถึงมีการเปลี่ยนแปลงสถาบันการเงิน 17 |
| ตารางที่ 4.13 | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฟาง 18                   |
| ตารางที่ 4.14 | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฟาง 20                        |
| ตารางที่ 4.15 | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฟาง 21        |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

|               | หน้า  |    |
|---------------|---|----|
| ตารางที่ 4.16 | แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง  | 23 |
| ตารางที่ 4.17 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามเพศ             | 24 |
| ตารางที่ 4.18 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามเพศ                  | 27 |
| ตารางที่ 4.19 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามเพศ  | 28 |
| ตารางที่ 4.20 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามเพศ       | 30 |
| ตารางที่ 4.21 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามอายุ            | 32 |
| ตารางที่ 4.22 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามอายุ                 | 35 |
| ตารางที่ 4.23 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามอายุ | 37 |
| ตารางที่ 4.24 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามอายุ      | 40 |
| ตารางที่ 4.25 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามระดับเงินเดือน  | 42 |
| ตารางที่ 4.26 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามระดับเงินเดือน       | 46 |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามระดับเงินเดือน | 48   |
| ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อข้าราชการในเขตอำเภอฝาง จำแนกตามระดับเงินเดือน   | 51   |
| ตารางที่ 5.1 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับความสำคัญ 10 อันดับ   | 64   |



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved