



รายงานการวิจัย
เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจทางการตลาดกับปัญหาหนี้สิน
Relationships between Marketing Stimuli and Over-indebtedness

ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
ดร.ภัทรพร ทิมแดง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต



รายงานการวิจัย
เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจทางการตลาดกับปัญหาหนี้สิน
Relationships between Marketing Stimuli and Over-indebtedness

ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
(คณะวิทยาการจัดการ)
ดร.ภัทรพร ทิมแดง
(คณะวิทยาการจัดการ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปีงบประมาณ 2556)

หัวข้อวิจัย	ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจทางการตลาดกับปัญหาหนี้สิน
ผู้ดำเนินการวิจัย	ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน ดร.ภัทรพร ทิมแดง
ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชีวัลย์ เตมียสถิต ดร.เสกสรรค์ ทองคำบรรจง อาจารย์อังคณา โสภารัตนกุล
หน่วยงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2558

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจทางการตลาดกับปัญหาหนี้สิน โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง ประชากรของการวิจัยคือผู้บริโภควัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 266 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ใช้เครื่องมือวัดแบบผสม ซึ่งมีทั้งแบบตรวจสอบรายการ แบบมาตรวัดประเมินค่า แบบถูกผิด และแบบปลายเปิด ผลการวิจัยมีดังนี้การวิจัยสามารถยืนยันความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างสิ่งจูงใจทางการตลาดกับปัญหาหนี้สิน แต่อย่างไรก็ดี น้าหนักอิทธิพลและอำนาจในการพยากรณ์ต่ำ เมื่อพิจารณาตัวแปรอื่นในแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยสามารถยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างการมีความรู้ในการจัดการการเงินกับปัญหาหนี้สิน

Research Title	Relationships between Marketing Stimuli and Over-indebtedness
Researchers	Assistant Professor Dr. Ratiwan Watanasin Dr. Patraporn Timdaeng
Research Consultants	Assistant Professor Dr. Chivalai Temiyasathit Dr. Seksan Thongkambanjong Ajarn Angkana Soparatanakul
Organization	Faculty of Management Science Suan Dusit Rajabhat University
Year	2015

The purpose of this research was to apply structural equation modeling to explain the causes of over-indebtedness and to confirm the relationships between marketing stimuli and over-indebtedness. The survey collected data from 266 adult consumers in Bangkok metropolitan areas. A set of mixed scales were used to measure over-indebtedness, marketing stimuli, and other related variables. The findings significantly confirmed relationships between marketing stimuli and over-indebtedness. However, regression weight and R-square were small. Moreover, the findings confirmed the relationships between the lack of financial literacy and over-indebtedness.

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จงานวิจัยเกิดขึ้นได้ เพราะความช่วยเหลือของที่ปรึกษาผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีวาลย์ เตมียสถิต อาจารย์ ดร.เสกสรรค์ ทองคำบรรจง อาจารย์อังคณา โสภารัตนกุล และผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ที่ให้ความกรุณาแนะนำในด้านเนื้อหา การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลการรายงานผล รวมทั้งแนวทางในการเผยแพร่ผลงานวิจัย

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับคำแนะนำของคณะกรรมการตรวจสอบที่ช่วยให้งานวิจัยนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์และสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลผู้ให้คำแนะนำและผู้ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกท่านที่ทำให้งานวิจัยสำเร็จได้ด้วยดี

สำคัญที่สุด คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตสำหรับทุนอุดหนุนงานวิจัยเรื่องนี้

คณะผู้วิจัย

2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	6
ข้อจำกัด	6
สมมติฐานการวิจัย	7
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
ปัญหาหนี้สิน	11
สิ่งจูงใจทางการตลาด	13
อิทธิพลของสังคม	14
การใช้ผลิตภัณฑ์แสดงอัตตา	15
วินัยทางการเงิน	16
ความรู้ในการจัดการการเงิน	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	20
ขอบเขตการวิจัย	21
เครื่องมือในการวิจัย	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	27

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	29
อิทธิพลของสิ่งจูงใจทางการตลาด	29
แบบจำลองสมการโครงสร้าง	29
ข้อเสนอแนะในการจัดการปัญหาหนี้สิน	33
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	39
สรุปผลการวิจัย	39
อภิปรายผล	40
ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการ	42
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	42
บรรณานุกรม	43
บรรณานุกรมภาษาไทย	43
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	44
ภาคผนวก	53
ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	54
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	63
ประวัติผู้วิจัย	68

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ยอดคงค้างสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิต	2
1.2	ยอดคดีผู้บริโภค	2
1.3	ยอดหนี้สินภาคครัวเรือนของประเทศ	2
2.1	งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา	10
3.1	รายละเอียดเพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา	21
3.2	รายละเอียดอาชีพ รายได้ และผู้อยู่ในความดูแล	22
3.3	รายละเอียดสถานภาพหนี้	22
3.4	เครื่องมือวิจัย	25
3.1	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น	26
4.1	รายละเอียดสิ่งจูงใจทางการตลาด	29
4.2	ผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองสมการโครงสร้าง	31
4.3	ผลการวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐาน	32

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
3.1	สรุปลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง	22
4.1	แบบจำลองเชิงสาเหตุของสิ่งจูงใจทางการตลาดและปัญหาหนี้สิน	30
4.2	ตัวแปรวัดได้ของสิ่งจูงใจทางการตลาด	30

