

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 ฟังก์ชันอุปสงค์	6
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริหาร	8
2.1.3 ทฤษฎีและตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.1.4 ทฤษฎีหรือแนวคิดเกี่ยวกับการปล่อยสินเชื่อ	15
2.1.5 แนวคิดความพึงพอใจ	18
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	25

3.3	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป	27
4.2	ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินของเกษตรกรที่กู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์	30
4.3	ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้เงินเชื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.4	ผลการศึกษาปัจจัยทางที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินของเกษตรกรที่กู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์	44
4.5	ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินของเกษตรกรที่กู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์	49
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	50
5.2	ข้อเสนอแนะ	52
	เอกสารอ้างอิง	54
	ภาคผนวก	
	แบบสอบถาม	56
	ประวัติผู้เขียน	60

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงปริมาณเงินให้กู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลของสถาบันการเงิน	2
1.2 แสดงปริมาณสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารกรุงไทย สาขานิคมอุตสาหกรรม ลำพูน ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2551	3
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	29
4.2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยเคหะทรัพย์ทวีของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.3 จำนวนวงเงินกู้จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.4 ระยะเวลาในการผ่อนชำระจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.5 จำนวนเงินในการผ่อนชำระจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	37
4.6 วิธีการชำระเงินกู้จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.7 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อจำแนกตาม ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.8 รูปแบบที่อยู่อาศัยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวงเงินกู้จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.10 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในปัจจุบันทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยเคหะทรัพย์ทวี	47
4.11 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด	49
4.12 ค่าคะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยเคหะทรัพย์ทวี	49



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved