

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.4 ขอบเขตการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2	
แนวคิดทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	8
2.1.1 ทฤษฎีการบริโภคและการออม	8
สมมติฐานรายได้สมบูรณ์	8
สมมติฐานรายได้เปรียบเทียบ	12
2.1.2 ทฤษฎีการออม สมมติฐานวัฏจักรชีวิต	14
2.1.3 ทฤษฎีความต้องการถือนเงินของ John Maynard Keynes	15
2.1.4 ทฤษฎีส่วนประสมตลาด	17
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	22
	3.1 กรอบแนวคิด และแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	22
	3.1.1 ปัจจัยที่อธิบายโดยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	23
	3.1.2 ปัจจัยอื่น ๆ	23
	3.1.3 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	24
	3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	25
	3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	26
	3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
	3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4	ผลการศึกษา	28
	4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	28
	4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงิน	36
	4.3 พฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงิน	39
	4.4 ความพึงพอใจการให้บริการจากสถาบันการเงิน	46
	4.5 การประมาณสมการเงินฝากของลูกค้าที่ใช้บริการกับสถาบันการเงิน	50
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	52
	5.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์	52
	5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ	53
	5.3 การประมาณสมการจำนวนเงินฝาก	54
	5.4 ข้อเสนอแนะ	54
	เอกสารอ้างอิง	56
	ภาคผนวก	58
	แบบสอบถาม	59
	ประวัติผู้เขียน	65

ลิขสิทธิ์ในเอกสารนี้โดย Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนเงินรับฝากของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจในปี 2551-2553	2
1.2 จำนวนเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในเขตภาคเหนือตอนบนปี 2551-2553	3
1.3 เงินฝากและสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปางปี 2551-2553	4
1.4 รายชื่อธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ปี 2553	6
4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	28
4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	29
4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	30
4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	31
4.5 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	32
4.6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	33
4.7 จำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	34
4.8 ลักษณะที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	35
4.9 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลให้ตัดสินใจใช้บริการฝากเงินกับสถาบันการเงิน	37
4.10 ประเภท และจำนวนเงินฝากของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	40
4.11 ระยะเวลาการเป็นลูกค้าธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.12 ความถี่ในการมาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	42

4.13	บริการทางการเงินอื่นๆ ที่ใช้บริการนอกจากบริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	44
4.14	ผู้แนะนำให้มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า ของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ	45
4.15	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้บริการฝากเงินกับสถาบันการเงิน	48
4.16	การประมาณสมการเงินฝากของลูกค้าที่ใช้บริการกับสถาบันการเงิน	51



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	เส้นการบริโภคระยะสั้น	10
2.2	เส้นการออมระยะสั้น	11
2.3	เส้นการบริโภคระยะสั้นและระยะยาวตามทฤษฎีรายได้ถาวร	13
2.4	ความสามารถในการออมตามทฤษฎีสมมติฐานวัฏจักรชีวิต	14
3.1	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved