

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	11
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	11
3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	11
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.4 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
4.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	16
4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโทรทอง	28
4.3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อโทรทอง	38

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	44
5.1 สรุปผลการศึกษา	45
5.2 ข้อเสนอแนะ	46
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	47
เอกสารอ้างอิง	48
ภาคผนวก	50
ประวัติผู้เขียน	56



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ยอดสินเชื่อไทรทองคงเหลือสิ้นเดือนธันวาคม 2542 และสิ้นเดือนธันวาคม 2547	3
1.2 การเพิ่มขึ้นของสินเชื่อไทรทอง ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2542 ถึง เดือนธันวาคม 2547	4
1.3 หนี้ค้างชำระสินเชื่อไทรทองสิ้นเดือนธันวาคม 2547	4
4.1 เพศของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	16
4.2 อายุของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	17
4.3 สถานภาพสมรสของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	18
4.4 ระดับการศึกษาของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	19
4.5 อาชีพหลักของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	20
4.6 รายได้เฉลี่ยของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	21
4.7 ภูมิฐานะของลูกค้าจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	22
4.8 การใช้หลักประกันจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	23
4.9 วงเงินที่ได้รับอนุมัติจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	24
4.10 ระยะเวลาในสัญญาผู้จำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	25
4.11 ระยะเวลาที่กู้มาจนถึงปัจจุบันจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	26
4.12 วัตถุประสงค์ของการกู้เงินจำแนกตามหลักประกันสินเชื่อ	27
4.13 ภาระหนี้ปัจจุบันมีเงินต้นคงเหลือจำแนกตามหลักประกัน	28
4.14 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทองจำแนกตามหลักประกัน	29
4.15 ด้านอัตราดอกเบี้ยที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	30
4.16 ด้านหลักประกัน ที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	31
4.17 ด้านวงเงินกู้ที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	32
4.18 ด้านระยะเวลาในการชำระที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	33
4.19 ด้านวัตถุประสงค์ที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	34
4.20 ด้านค่าธรรมเนียมที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	35
4.21 ด้านกระบวนการอนุมัติที่ผู้กู้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไทรทอง	36

4.22	ด้านสถานที่ที่ผู้เห็นว่ามียุทธผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโทรทอง	37
4.23	ความพึงพอใจของลูกค้าด้านการให้บริการของพนักงาน	38
4.24	ความพึงพอใจของลูกค้าด้านสถานที่ประกอบการ	39
4.25	ความพึงพอใจของลูกค้าด้านความสะดวกรวดเร็ว	40
4.26	ความพึงพอใจของลูกค้าด้านสังคมและชุมชน	41
4.27	ความพึงพอใจของลูกค้าด้านการให้คำปรึกษา	42
4.28	ความพึงพอใจของลูกค้าด้านทั่วไป	43



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved