

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	7
2.1.2 ทฤษฎีการบริโภค	9
2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	13
2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ	14
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	19
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	21
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	22
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	22
3.5 วิธีการศึกษา	23
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	23

ลิขสิทธิ์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
4.1 สินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่	25
4.2 ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้าธนาคารชนชาติกลุ่มตัวอย่าง	28
4.3 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่	39
4.4 พฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่	47
4.5 ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ	67
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	71
5.1 สรุปผลการศึกษา	71
5.2 ข้อเสนอแนะ	74
เอกสารอ้างอิง	76
ประวัติผู้เขียน	78

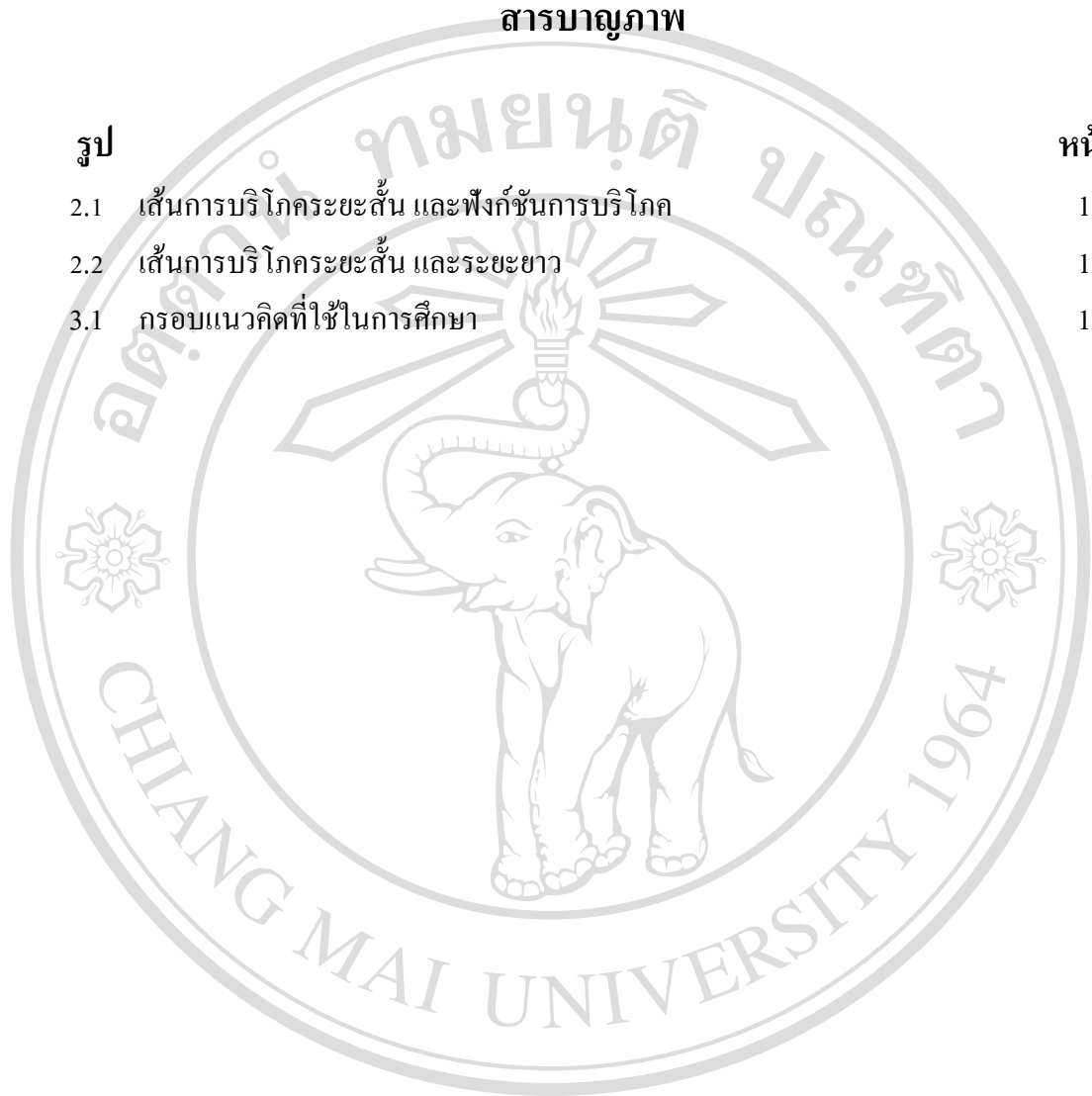
สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	ส่วนแบ่งการตลาดสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารพาณิชย์ไทยในปี 2553-2554	2
1.2	การให้สินเชื่อของธนาคารชนชาติจำแนกตามประเภทของสินเชื่อในปี 2553	3
1.3	จำนวนลูกค้าและจำนวนเงินที่ให้สินเชื่อรถแลกเงิน แยกตามจำนวนวงเงินอนุมัติ ในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553 – 2554	5
3.1	ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	22
4.1	ลักษณะของสินเชื่อรถแลกเงิน	26
4.2	จำนวนลูกค้า และจำนวนเงินที่ให้สินเชื่อรถแลกเงิน แยกตามจำนวนวงเงินอนุมัติ ในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553 – 2554	27
4.3	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	28
4.4	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	29
4.5	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส	30
4.6	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	31
4.7	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	32
4.8	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	33
4.9	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน	35
4.10	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	36
4.11	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่ไม่ทำงาน	37
4.12	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าธนาคาร ชนชาติ	38
4.13	วัตถุประสงค์ของการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ	40
4.14	วัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ จำแนกตามอาชีพ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	46

4.15	ประเภทรถยนต์ ยี่ห้อรถยนต์ และรุ่นรถยนต์ที่ใช้เป็นหลักประกัน ในการขอสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง	50
4.16	ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้เป็นหลักประกันสินเชื่อรถแลกเงินของกลุ่มตัวอย่าง	51
4.17	รุ่นปี (พ.ศ.) รถยนต์ที่ใช้เป็นหลักประกันของกลุ่มตัวอย่าง	53
4.18	ค่าเฉลี่ยราคากลางรถยนต์ และค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อรถแลกเงิน	56
4.19	จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องการกู้ และจำนวนเงินที่ธนาคารอนุมัติเงินกู้สินเชื่อ	57
4.20	ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ	58
4.21	จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	60
4.22	ระยะเวลาในการผ่อนชำระสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	61
4.23	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	62
4.24	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการชำระคืนสินเชื่อ	63
4.25	การผัดนัดชำระสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ	65
4.26	แหล่งที่ทราบสินเชื่อรถแลกเงินของธนาคารชนชาติ	66
4.27	การใช้บริการทางการเงินของธนาคารชนชาตินอกเหนือจากสินเชื่อรถแลกเงิน	67
4.28	คะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อรถแลกเงิน ของธนาคารชนชาติ	70

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 เส้นการบริโภกระยะสั้น และฟังก์ชันการบริโภค	11
2.2 เส้นการบริโภกระยะสั้น และระยะยาว	12
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	19



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved