

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดทางทฤษฎี	9
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mixed)	11
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการ	12
2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีปริมาณเงินกู้และการปล่อยสินเชื่อ	15
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา	20
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	21
3.3 เครื่องมือและวิธีการในการเก็บข้อมูล	21
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	23
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	28
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	31
4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะกิจการกับปัจจัยหลักที่มีผลต่อการ ใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	40
4.5 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	44
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	45
5.2 ข้อเสนอแนะ	47
5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	47
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	47
เอกสารอ้างอิง	48
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	51
ประวัติผู้เขียน	57

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	สรุปจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ	1
1.2	การกระจายสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือจำแนกตามจังหวัด	4
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	23
4.2	ข้อมูลทั่วไปของกิจการตัวอย่าง	26
4.3	ความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร	28
4.4	จำนวนธนาคารที่กิจการเคยใช้บริการ	29
4.5	ธนาคารพาณิชย์ที่ผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	29
4.6	เหตุผลที่ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	30
4.7	วัตถุประสงค์ วงเงินที่ขออนุมัติจากธนาคาร และแหล่งเงินทุนหลักของผู้ประกอบการ	31
4.8	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	32
4.9	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	33
4.10	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	34
4.11	ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	35
4.12	ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	36
4.13	ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	37
4.14	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	38

- 4.15 ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 39
- 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของกิจการกับปัจจัยหลักที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อบริษัทกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 43
- 4.17 ปัญหาของการใช้สินเชื่อบริษัทกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 44

สารบัญภาพ

รูป	หน้า	
1.1	เงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ณ เดือนตุลาคม 2554	2
1.2	มูลค่าสินเชื่อบริการของธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือ	3
3.1	กรอบแนวคิดในการศึกษา	20
4.1	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	32
4.2	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	34
4.3	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	35
4.4	ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	36
4.5	ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	37
4.6	ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	38
4.7	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	39
4.8	ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	40