

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย	26
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	28

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

บทที่ 4 การให้สินเชื่อของธนาคาร	30
4.1 ภาคธุรกิจในประเทศ	30
4.2 ภาคธุรกิจต่างประเทศ	47
บทที่ 5 ผลการศึกษา	54
5.1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ (ขนาดกลาง และขนาดย่อม)	54
5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	66
5.3 ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	74
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	76
6.1 สรุปผลการศึกษา	76
6.2 ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	82
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามจำนวนคนงาน และสินทรัพย์ถาวร	2
1.2 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมใน 3 จังหวัดภาคเหนือ	3
1.3 แสดงจำนวนเงินลงทุนของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมใน 3 จังหวัดภาคเหนือ	3
1.4 แสดงจำนวนการใช้แรงงานของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมใน 3 จังหวัดภาคเหนือ	4
5.1 แสดงเพศของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	53
5.2 แสดงอายุของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	53
5.3 แสดงสถานภาพการสมรสของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	54
5.4 แสดงระดับการศึกษาของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	54
5.5 แสดงประเภทของกิจการของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	56
5.6 แสดงลักษณะรูปแบบกิจการของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	56
5.7 แสดงมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	57
5.8 แสดงจำนวนแรงงานของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	58
5.9 แสดงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	58

5.10	แสดงระยะเวลาที่ประกอบกิจการ (อายุกิจการ) ของผู้ประกอบการที่ใช้ บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	59
5.11	แสดงรายได้เฉลี่ยต่อปีของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน)	60
5.12	แสดงสถานที่ตั้งกิจการของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	61
5.13	แสดงประเภทสินเชื่อของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ที่ผู้ประกอบการ ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	62
5.14	แสดงวงเงินสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ที่ผู้ประกอบการ ใช้บริการ	63
5.15	แสดงวัตถุประสงค์ของการใช้บริการสินเชื่อของผู้ประกอบการที่ใช้ บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	64
5.16	แสดงลักษณะของการใช้บริการสินเชื่อของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสิน เชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)	65
5.17	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ (ประเภทบริการสินเชื่อ)	66
5.18	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านราคา (อัตรดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม)	67
5.19	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านสถานที่ให้บริการ	68
5.20	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านการส่งเสริมการตลาด	69
5.21	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านบุคลากร	70
5.22	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านกระบวนการของการให้บริการ	71
5.23	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ด้านอื่น ๆ	72
5.24	แสดงปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในแต่ละปัจจัยโดยรวม	73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงส่วนประสมทางการตลาด	16
2	กรอบแนวคิดในการศึกษา	25



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved