

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นิเวศน์เชิงวิสาหกิจขนาดย่อมกับ  
ธนาคารไทยพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาววราภรณ์ แก้วสง่า

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤกษ์ชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.รสริน โอสถานันต์กุล

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มี 3 วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ใช้บริการ  
นิเวศน์เชิงวิสาหกิจขนาดย่อมกับธนาคารพาณิชย์ไทยพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่ใช้บริการนิเวศน์เชิงวิสาหกิจขนาดย่อมกับธนาคารไทยพาณิชย์  
ในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ใช้บริการนิเวศน์เชิงวิสาหกิจ  
ขนาดย่อมกับธนาคารไทยพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม ผู้ประกอบการที่  
ได้รับการอนุมัติสินเชื่อนิเวศน์เชิงวิสาหกิจขนาดย่อมกับธนาคารไทยพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการ  
เก็บแบบสอบถามทุกรายที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อนิเวศน์เชิงวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 210 ราย ทำการ  
วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวัดระดับความสำคัญโดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า  
(Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อนิเวศน์เชิงวิสาหกิจขนาดย่อม  
จำนวน 210 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีประเภทกิจการเป็นการพาณิชย์ (ค้าปลีก/ส่ง)  
ร้อยละ 49.5 มีการจดทะเบียนของกิจการเป็นแบบบุคคลธรรมดา

ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประเภทวงเงินสินเชื่อของผู้ใช้บริการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นประเภทวงเงินกู้ วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อนำเงินมาใช้หมุนเวียนในกิจการ ลักษณะของการใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นการใช้บริการสินเชื่อเป็นครั้งแรก (กู้ใหม่) ระยะเวลาที่ประกอบกิจการของผู้ใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมจะอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี รายได้ของธุรกิจของผู้ใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมที่อยู่ในช่วง 1,500,000 – 6,000,000 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมที่ได้รับการอนุมัติ 2% ต่อปี ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมอยู่ในช่วง 10,001 – 30,000 บาทต่อครั้งแรกในการขอสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อม ประเภทหลักประกันในการขอสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมมีบ้านพร้อมที่ดินเป็นหลักประกัน ข้อมูลที่มีการเข้าขอใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อมจะได้รับการชักชวนจากพนักงานธนาคาร

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดย่อม พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกายภาพ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแต่ละปัจจัยในลำดับหนึ่งดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในรูปแบบการให้วงเงินสินเชื่อที่ได้รับพิจารณาอนุมัติสูง 2) ความพึงพอใจด้านราคา ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อ 3) ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการขอสินเชื่อมีเงื่อนไข ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก 4) ความพึงพอใจด้านพนักงาน ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่พนักงานมีประสบการณ์และมีความชำนาญทางด้านสินเชื่อ 5) ความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่ธนาคารมีทำเลที่ตั้งใกล้บ้านและหรือใกล้ที่ทำงาน 6) ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่มีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม 7) ความพึงพอใจด้านกายภาพ ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่ธนาคารมีชื่อเสียง ฐานะ ความมั่นคงของธนาคาร

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting the Choice of Selecting Credit for Small Sized Enterprises of Siam Commercial Bank in Chiang Mai Province	
<b>Author</b>	Miss Waraporn Keawsanga	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Assoc.Prof.Dr. Venus Rauechai	Advisor
	Lect.Dr. Rossarin Orsatanunkul	Co-advisor

### ABSTRACT

This Study examined the behavior, the decisive factors, and the satisfaction of business operators concerning their use of small enterprise credit services provided by Siam Commercial Bank in Chiang Mai Province.

For the present study, primary information and data were collected by questionnaire method from all 210 population who received the approval for small - size enterprise loans from Siam Commercial Bank offices in Chiang Mai Province. The analysis was conducted upon the results of descriptive statistics and Likert type of rating scale for priority ranking.

Among the 210 population of small - sized enterprise loan recipients, the majority (49.5%) were those business operators in the area of trading (wholesaling/retailing) and had their business enterprise registered as natural person ownership.

On the behavior of small - sized enterprise loan recipients, the study found that in most cases the business operators received the loan approval for specific loan size, for the purpose of using the borrowed money to run the business. The small - sized enterprise loan were their first time borrowing for this specific loan type after they having been in their present business for 6 - 10 years. The business operators under study made their yearly business income in the range of 1,500,000 –

6,000,000 baht. They commonly paid 2% interest rate annually for the borrowed funds, generally spent about 10,000 – 30,000 baht for fees and other expenses for their first time application for small – sized enterprise loan collateral. they got the information concerning the access to small – sized enterprise loan services from the advice of the bank workers.

The investigation on the influential factors particularly the marketing mix for the business operators to utilize small – sized enterprise loan revealed the six most important factors to include product, place, process, personnel, price, and physical.

On bank clients' satisfaction, this study found the business operators who got small – sized enterprise loans from Siam Commercial Bank indicated their highest satisfaction with the following attributes of each marketing mix factor : 1) approval of large loan limit for product, 2) reasonable interest rate for price, 3) simple requirement and procedures for loan application for process, 4) bank worker having good experience and skill in credit affairs for personnel, 5) proximity of the bank office to home or business office for place, 6) discount or exemption concerning bank fees for promotion, and 7) fame, and financial security and status of the bank for physical factor.