

กิตติกรรมประกาศ

ค

บทคัดย่อภาษาไทย

ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

ค

สารบัญ

๗

สารบัญตาราง

ญ

สารบัญภาพ

ฎ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

1

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

8

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

8

1.4 ขอบเขตการศึกษา

8

1.5 นิยามศัพท์

9

บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดทางทฤษฎี

10

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

10

2.1.2 ทฤษฎีอุปสงค์

13

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

14

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีปริมาณเงินกู้และการปล่อยสินเชื่อ

17

2.1.5 แนวคิดในการให้สินเชื่อ

18

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

20

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดการศึกษา	24
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	25
3.3 วิธีการในการเก็บข้อมูล	25
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	26

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 โครงสร้างสินเชื่อเพื่อการพาณิชย์ของธุรกิจ	29
4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	37
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	42
4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	46
4.5 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของลักษณะกิจการกับปัจจัยที่มีผลต่อ การใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	52
4.6 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	53

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา	55
5.2 ข้อเสนอแนะ	57
5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	57
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	57

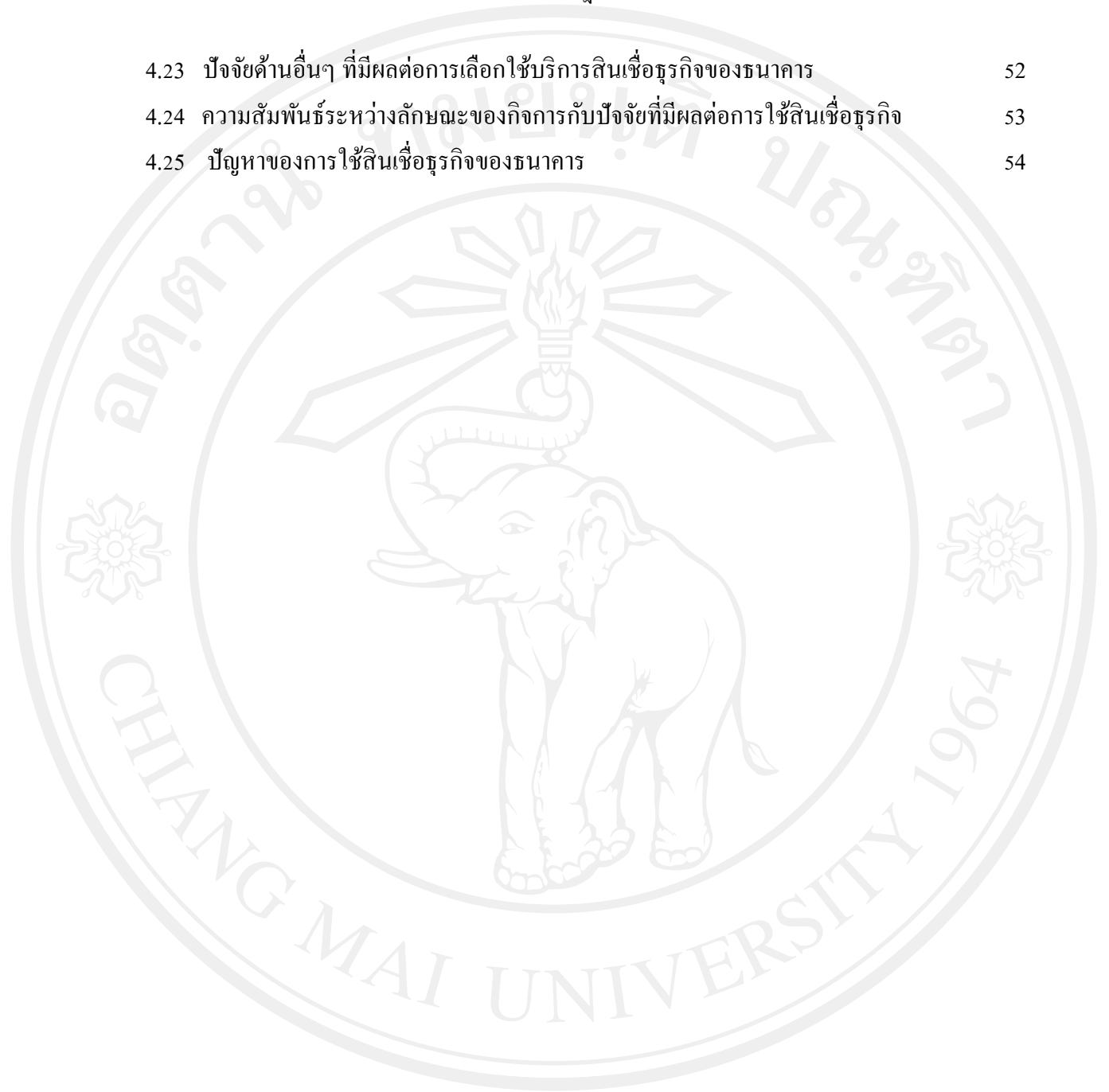
เอกสารอ้างอิง	58
ภาคผนวก	

แบบสอบถาม	62
ประวัติผู้เขียน	68

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 มูลค่าสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์จำแนกรายภูมิภาค	2
1.2 มูลค่าสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือ ปี 2555	5
4.1 จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือ	33
4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	38
4.3 ประเภทของธุรกิจ	39
4.4 ทุนจดทะเบียนของกิจการ	40
4.5 ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการ	40
4.6 จำนวนพนักงานของกิจการ	41
4.7 อายุของกิจการ	41
4.8 รายได้ต่อเดือนของกิจการ	42
4.9 ความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร	42
4.10 จำนวนธนาคารที่กิจการเคยใช้บริการ	43
4.11 ธนาคารพาณิชย์ที่กิจการที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ	43
4.12 เหตุผลที่ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	44
4.13 วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อของกิจการ	45
4.14 วงเงินที่ขออนุมัติจากธนาคารของกิจการ	46
4.15 แหล่งเงินทุนหลักของกิจการ	46
4.16 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	46
4.17 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	47
4.18 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	48
4.19 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	48
4.20 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	49
4.21 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	50
4.22 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	51

4.23	ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	52
4.24	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของกิจการกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สินเชื่อธุรกิจ	53
4.25	ปัญหาของการใช้สินเชื่อธุรกิจของธนาคาร	54



สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 มูลค่าของสินเชื่อกองธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือ	3
1.2 สินเชื่อกองธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือจำแนกตามวัตถุประสงค์	4
1.3 สินเชื่อกองธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามวัตถุประสงค์	6
1.4 สินเชื่อกองธนาคารกรุงเทพในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและแม่ฮ่องสอน	7
1.5 สินเชื่อกองธนาคารกรุงเทพในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนและแม่ฮ่องสอน จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	7
2.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	16
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	24
4.1 สัดส่วนและการขยายตัวของสินเชื่อธุรกิจ	30
4.2 สัดส่วนสินเชื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจรายไตรมาส ปี 2555	31
4.3 สัดส่วนสินเชื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจรายไตรมาส ปี 2555	31
4.4 อัตราการขยายตัวของสินเชื่อธุรกิจ	32
4.5 โครงสร้างสินเชื่อกองธนาคารพาณิชย์ภาคเหนือ	34
4.6 สัดส่วนสินเชื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจภาคเหนือรายไตรมาส ปี 2555	34
4.7 อัตราการขยายตัวของสินเชื่อธุรกิจภาคเหนือ	35
4.8 อัตราการขยายตัวของความต้องการสินเชื่อธุรกิจ (ภาพรวม)	36
4.9 อัตราการขยายตัวของความต้องการสินเชื่อธุรกิจ SMEs	36
4.10 อัตราการขยายตัวของความต้องการสินเชื่อธุรกิจขนาดใหญ่	37