

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า กับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่	
ผู้เขียน	นางสาวนฤมล สังข์สุนทร	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	
คณะกรรมการที่ปรึกษา	อ.ดร.รสริน โอสธานันต์กุล รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ประกอบการที่ใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-52 ปี มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพสมรส นอกจากนี้ยังพบว่า กิจการส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนรูปแบบบริษัทจำกัด ประกอบกิจการประเภทการผลิต มาแล้วเป็นระยะเวลา 2-12 ปี มีรายได้เฉลี่ยกิจการไม่เกิน 500,000 บาทต่อเดือน โดยมีลูกค้าหลักของกิจการ คือ ประเทศจีน และมีพนักงานไม่เกิน 10 คน มีกิจการตั้งอยู่ที่ อ.เมือง ส่วนผลประกอบการของกิจการนั้น มีต้นทุนการผลิตและต้นทุนในการดำเนินการคงที่ ขณะที่มียาได้สุทธิและกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับธนาคารพาณิชย์ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าจากธนาคารกสิกรไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออกสินค้า ได้รับวงเงินกู้จำนวน 500,001-1,000,000 บาท ในอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 9 ต่อปี โดยมีระยะเวลาในการขอกู้ 1 ปี และผ่อนชำระจำนวน 12 งวด ซึ่งใช้โฉนดที่ดินและ

บุคคลค้าประกันเป็นหลักประกันที่ใช้ในการกู้ สำหรับบุคคลที่ชักชวนและแนะนำให้เข้ามาใช้บริการ
สินเชื่อ คือ พนักงานธนาคาร และได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจาก Web Site ของธนาคาร

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของ
ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับ
สถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดลำดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมา ได้แก่ ด้าน
ลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้าน
การจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ผลการศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลใน
การใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน
800,000 บาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท มีความ
คิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 4 ด้าน โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ย
ของกิจการมากกว่า 800,000 บาท ให้คะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม
การตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่มากกว่าผู้ประกอบการกลุ่ม
ตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่
เกิน 2 ล้านบาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท มีความคิดเห็นที่
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพียง 1 ด้าน โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า
2 ล้านบาท ให้คะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ที่มากกว่าผู้ประกอบการ
กลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท ดังนั้นทางธนาคารจึงควรมีการเสริมสร้างความรู้ความ
เข้าใจให้แก่พนักงานในประเด็นเกี่ยวกับลักษณะทางพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่อาจมี
ความแตกต่างกัน เพื่อที่จะสามารถเลือกใช้วิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้าที่มีความ
แตกต่างได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Factors Affecting Entrepreneurs in Using Credit for Export-Import with Financial Institutions in Chiangmai Province	
Author	Ms.Narumol Sungsoontorn	
Degree	Master of Economics	
Advisory Committee	Lect.Dr.Rossarin Osathanunkul	Advisor
	Assoc.Prof.Porntrip Tianteerawit	Co-advisor

ABSTRACT

The present study aimed to examine the business operators' behavior and the factors influencing their use of export-import loans provided by financial institutions. It was confined to the case of 300 business operators in Chiang Mai Province that used such trade finance services available at local branches of various financial institutions. The analysis was based on the results of descriptive statistics including frequency, percentage, and arithmetic mean as well as the statistical inference by t-test.

The study found that the questionnaire respondents typically were male business operators, 41 – 52 years old, married, with bachelor's degree education, and holding the business executive or owner position. Most business firms under study were registered as company limited, involved in production/manufacturing activities, had been in operation for 2 - 12 years, made no more than 500,000 baht monthly business income, had China as their main trading partner, employed no more than 10 employees, and established their business offices in Mueang District of Chiang Mai Province. In terms of business performance, they were commonly found to experience rather stable production as well as operating costs while their income and net profit appeared to grow.

The investigation on export-import loans use behavior revealed that most business operators used such trade finance services provided by Kasikorn Bank with the objective to increase the liquidity of their export business. In general, the loan limit was in the range of 500,001 – 1,000,000 baht, at the

interest rate not exceeding 9 % per year, for one year credit term, with 12 repayment installments, and with the use of land title deed as collateral or third party guarantor for suretyship. Most business operators were introduced or advised by the commercial bank personnel to use the export-import loan services as well as learned the related information themselves from the bank's website.

On factors influencing the business operators in Chiang Mai Province to use export-import loans offered by various financial institutions, the study found that the first most influential factor indicated by the majority of questionnaire respondents was personnel. This was followed in descending order by the factors of physical characteristics, price, process, product, market promotion, and distribution.

As for whether difference between groups exists in the opinion regarding marketing mix factors which had influence on the use of export-import loans, the investigation found that the business operators with average business income less than 800,000 baht were different at statistically significant level from those having average business income more than 800,000 baht in their opinions about the four marketing mix factors. Apparently, the business operators in more than 800,000 baht income group assigned the scores to the four marketing mix factors namely market promotion, personnel, physical characteristics, and process higher than what given by those in the otherwise group. However, when categorized into different loan size groups, the business operators with the loan limit greater than 2 million baht and those with the loan limit less than 2 million baht were different at statistically significant level in their opinions in only one aspect which was the factor of personnel that received higher average score from the former group than what from the latter group. Based on this finding, the commercial banks are advised to strengthen the knowledge and understanding of their personnel about the personal background of business operators which might bring about different opinions and behaviors of the latter such that the bank personnel can selectively offer different products and services to different types of bank customer for efficiency and effectiveness.