

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน โดยผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นในการนำเสนอผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 6 ส่วน ตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของกิจการ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยที่ได้รับ

ส่วนที่ 6 ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ดังแสดงผลการศึกษาในตารางที่ 4.1-4.5

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	184	61.3
หญิง	116	38.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 เมื่อจำแนกตามเพศ ปรากฏว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย มีจำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
29-40 ปี	107	35.7
41-52 ปี	182	60.6
53-65 ปี (อายุเฉลี่ย = 42.45 ปี)	11	3.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกตามอายุ ปรากฏว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41-52 ปี มากกว่าอายุระหว่าง 29-40 ปี และ 53-65 ปี โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-52 ปี มีจำนวน 182 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 29-40 ปี มีจำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 และมีอายุระหว่าง 53-65 ปี มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ (อายุเฉลี่ย เท่ากับ 42 ปี)

**ตารางที่ 4.3** จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ	259	86.3
ผู้จัดการฝ่าย	41	13.7
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.3 เมื่อจำแนกตามตำแหน่ง ปรากฏว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการมากกว่าผู้จัดการฝ่าย โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ มีจำนวน 259 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.3 และเป็นตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย มีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	53	17.7
ปริญญาตรี	183	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	64	21.3
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.4 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่าระดับสูงกว่าปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 และจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สมรส	173	57.7
โสด	127	42.3
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.5 เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส ปรากฏว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสมากกว่าโสด โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.7 และมีสถานภาพโสด จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.3 ตามลำดับ

#### 4.2 ลักษณะทั่วไปของกิจการ

การศึกษาลักษณะทั่วไปของกิจการ ประกอบไปด้วย ลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจ ประเภทกิจการหลัก ระยะเวลาในการประกอบกิจการ รายได้เฉลี่ยกิจการต่อเดือน ประเทศคู่ค้าหลักของกิจการ จำนวนพนักงานของกิจการ ท่าเลที่ตั้งกิจการ และผลประกอบการของกิจการ ดังแสดงผลการศึกษาในตารางที่ 4.6-4.13

**ตารางที่ 4.6** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจ

ลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	214	71.3
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	54	18.0
บุคคลธรรมดา	32	10.7
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.6 เมื่อจำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีการจดทะเบียนรูปแบบบริษัทจำกัดมากกว่าห้างหุ้นส่วนจำกัดและบุคคลธรรมดา โดยกลุ่มตัวอย่างที่จดทะเบียนรูปแบบบริษัทจำกัด มีจำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมา คือ จดทะเบียนรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0 และจดทะเบียนรูปแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามประเภทกิจการหลัก

ประเภทกิจการหลัก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การผลิต	202	67.3
การค้าส่ง/ค้าปลีก	84	28.0
การบริการ	14	4.7
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.7 เมื่อจำแนกตามประเภทกิจการหลัก ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบกิจการประเภทการผลิตมากกว่าการค้าส่ง/ค้าปลีกและการบริการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการประเภทการผลิต เช่น สินค้าพื้นเมือง จิวเวลรี่ ไม้แกะสลัก โคมไฟหวาย ผ้าไหม และลำไยอบแห้ง มีจำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ ประกอบกิจการประเภทการค้าส่ง/ค้าปลีก เช่น อุปกรณ์ทางการแพทย์ SHIPPING นำเข้าซอฟต์แวร์ทุกประเภท การขายปลีกเครื่องมือ สิ่งของ และเครื่องใช้ในครัวเรือน มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 และประกอบกิจการประเภทการบริการ เช่น TRADE มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2-12 ปี	226	75.4
13-22 ปี	58	19.3
23-32 ปี (ระยะเวลาในการประกอบกิจการเฉลี่ย = 9.39 ปี)	16	5.3
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.8 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการมาแล้วเป็นระยะเวลา 2-12 ปีมากกว่า 13-22 ปี และ 23-32 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการมาแล้วเป็นระยะเวลา 2-12 ปี มีจำนวน 226 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองลงมา คือ ประกอบกิจการมาแล้วเป็นระยะเวลา 13-22 ปี มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ ประกอบกิจการมาแล้วเป็นระยะเวลา 23-32 ปี มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ (ระยะเวลาในการประกอบกิจการเฉลี่ย = 9.39 ปี)

**ตารางที่ 4.9** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยกิจการต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยกิจการต่อเดือน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500,000 บาท	153	51.0
500,001-1,000,000 บาท	96	32.0
มากกว่า 1,000,000 บาท (รายได้เฉลี่ยกิจการต่อเดือน = 854,346.66 บาท)	51	17.0
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยกิจการต่อเดือน ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยกิจการไม่เกิน 500,000 บาทต่อเดือนมากกว่า 500,001-1,000,000 บาทต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยกิจการไม่เกิน 500,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยกิจการ 500,001-1,000,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 และมีรายได้เฉลี่ยกิจการมากกว่า 1,000,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ (รายได้เฉลี่ยกิจการต่อเดือน = 854,346.66 บาท)

**ตารางที่ 4.10** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามประเทศคู่ค้าหลักของกิจการ

ประเทศคู่ค้าหลักของกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จีน	73	24.3
ลาว	43	14.3
สหรัฐอเมริกา	41	13.7
สหภาพยุโรป	39	13.0
สิงคโปร์	28	9.3
เวียดนาม	28	9.3
มาเลเซีย	17	5.7
ญี่ปุ่น	15	5.0
เกาหลี	11	3.7
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 เมื่อจำแนกตามประเทศคู่ค้าหลักของกิจการ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีคู่ค้าหลักของกิจการ คือ ประเทศจีนมากกว่าประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีคู่ค้าหลักของกิจการ คือ ประเทศจีน มีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3 และประเทศไทย มีจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามจำนวนพนักงานของกิจการ

จำนวนพนักงานของกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 คน	143	47.6
11-20 คน	128	42.7
มากกว่า 20 คน (จำนวนพนักงานเฉลี่ย = 12 คน)	29	9.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.11 เมื่อจำแนกตามจำนวนพนักงานของกิจการ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานไม่เกิน 10 คนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 11-20 คนและมากกว่า 20 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานไม่เกิน 10 คน มีจำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมา คือ มีพนักงาน 11-20 คน มีจำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.7 และมีพนักงานมากกว่า 20 คน มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ (จำนวนพนักงานเฉลี่ย 12 คน)

**ตารางที่ 4.12** จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามทำเลที่ตั้งกิจการ

ทำเลที่ตั้งกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ.เมือง	119	39.7
อ.หางดง	71	23.7
อ.สันกำแพง	30	10.0
อ.สารภี	19	6.3
อ.สันทราย	16	5.3
อ.แม่ริม	13	4.3
อ.สันป่าดง	10	3.3
อ.แม่แตง	9	3.0
อ.ดอยสะเก็ด	6	2.0
อ.จอมทอง	5	1.7
อ.ฝาง	2	0.7
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.12 เมื่อจำแนกตามทำเลที่ตั้งกิจการ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจการตั้งอยู่ที่ อ.เมือง มากกว่า อ.หางดง และ อ.สันกำแพง เนื่องจากอยู่ใกล้กับสถานที่ขนส่งและกระจายสินค้า รวมทั้งยังเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีกิจการตั้งอยู่ที่ อ.เมือง มีจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา คือ มีกิจการตั้งอยู่ที่ อ.หางดง มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 และ มีกิจการตั้งอยู่ที่ อ.สันกำแพง มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวน และร้อยละของกิจการ จำแนกตามผลประกอบการของกิจการย้อนหลัง 3 ปี

ผลประกอบการของกิจการ		ลดลง	คงที่	เพิ่มขึ้น	รวม
ต้นทุนการผลิต	จำนวน (ราย)	63	195	42	300
	ร้อยละ	21.0	65.0	14.0	100.0
รายได้สุทธิ	จำนวน (ราย)	56	53	191	300
	ร้อยละ	18.7	17.7	63.6	100.0
กำไรสุทธิ	จำนวน (ราย)	59	64	177	300
	ร้อยละ	19.7	21.3	59.0	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 เมื่อจำแนกตามผลประกอบการของกิจการ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีต้นทุนการผลิตคงที่ แต่มีรายได้สุทธิและกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้น โดยด้านต้นทุนการผลิตนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.0 มีต้นทุนการผลิตคงที่ รองลงมา คือ ร้อยละ 21.0 มีต้นทุนการผลิตลดลง และร้อยละ 14.0 มีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ขณะที่ด้านรายได้สุทธินั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.6 มีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ร้อยละ 18.7 มีรายได้สุทธิลดลง และร้อยละ 17.7 มีรายได้สุทธิคงที่ ส่วนด้านกำไรสุทธินั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 59.0 มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ร้อยละ 21.3 มีกำไรสุทธิลดลง และร้อยละ 19.7 มีกำไรสุทธิลดลง ตามลำดับ

#### 4.3 พฤติกรรมการใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย สถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อ วัตถุประสงค์ของการใช้สินเชื่อ วงเงินกู้ที่ได้รับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระยะเวลาในการขอกู้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ หลักประกันที่ใช้ในการขอกู้ บุคคลที่ชักชวนและแนะนำให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับธนาคารพาณิชย์ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของธนาคารพาณิชย์ ดังแสดงผลการศึกษาในตารางที่ 4.14-4.21



**ตารางที่ 4.14** จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามสถาบันการเงินที่ใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่ใช้บริการสินเชื่อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ธนาคารกสิกรไทย – KBANK	93	31.0
ธนาคารกรุงไทย – KTB	76	25.3
ธนาคารกรุงเทพ – BBL	40	13.3
ธนาคารไทยพาณิชย์ – SCB	38	12.7
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย - EXIM BANK	29	9.7
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม - SME BANK	15	5.0
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา – BAY	5	1.7
ธนาคารทหารไทย – TMB	4	1.3
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.14 เมื่อจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการสินเชื่อ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าจากธนาคารกสิกรไทยมากกว่าธนาคารกรุงไทยและธนาคารกรุงเทพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าจากธนาคารกสิกรไทย มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา คือ เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าจากธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 และ เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าจากธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.15** จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการใช้สินเชื่อ

วัตถุประสงค์ของการใช้สินเชื่อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพื่อการส่งออกสินค้า	222	74.0
เพื่อการนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้า	39	13.0
เพื่อการนำเข้าสินค้า	29	9.7
เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน	10	3.3
รวม	300	100.0

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.15 เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้สินเชื่อ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออกสิน้ามากกว่าเพื่อการนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้า เพื่อการนำเข้าสินค้า และ

เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออกสินค้า มีจำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมา คือ เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้า มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 เลือกใช้สินเชื่อเพื่อการนำเข้าสินค้า มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ เลือกใช้สินเชื่อเพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ

วงเงินกู้ที่ได้รับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500,000 บาท	65	21.7
500,001-1,000,000 บาท	127	42.3
มากกว่า 1,000,000 บาท (วงเงินกู้เฉลี่ย = 2,032,633.33 บาท)	108	36.0
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.16 เมื่อจำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับวงเงินกู้จำนวน 500,001-1,000,000 บาทมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับวงเงินกู้มากกว่า 1,000,000 บาท และไม่เกิน 500,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับวงเงินกู้จำนวน 500,001-1,000,000 บาท มีจำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ ได้รับวงเงินกู้มากกว่า 1,000,000 บาท มีจำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และได้รับวงเงินกู้ไม่เกิน 500,000 บาท มีจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกินร้อยละ 9 ต่อปี	164	54.7
มากกว่าร้อยละ 9 ต่อปี (อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ย = ร้อยละ 9.34 ต่อปี)	136	45.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.17 เมื่อจำแนกตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่กู้เงินในอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 9 ต่อปีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่กู้เงินในอัตราดอกเบี้ยมากกว่าร้อยละ 9 ต่อปี โดยกลุ่ม

ตัวอย่างที่กู้เงินในอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 9 ต่อปี มีจำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 และกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยมากกว่าร้อยละ 9 ต่อปี มีจำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.18** จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการกู้

ระยะเวลาในการกู้ (ปี)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 ปี	140	46.7
2 ปี	79	26.3
3 ปี	27	9.0
4 ปี	12	4.0
5 ปี	33	11.0
มากกว่า 5 ปี (ระยะเวลาในการกู้เฉลี่ย = 2 ปี)	9	3.0
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.18 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการขอกู้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่ขอกู้ 1 ปีมากกว่าระยะเวลาในการขอกู้อื่นๆ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการขอกู้ 1 ปี มีจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา คือ มีระยะเวลาในการขอกู้ 2 ปี มีจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.3 และมีระยะเวลาในการขอกู้ 5 ปี มีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.19** จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามหลักประกันที่ใช้ในการกู้

หลักประกันที่ใช้ในการกู้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โฉนดที่ดินและบุคคลค้ำประกัน	183	61.0
โฉนดที่ดิน	38	12.7
บุคคลค้ำประกันและบัญชีเงินฝากประจำ	35	11.7
โฉนดที่ดินและบัญชีเงินฝากประจำ	24	8.0
โฉนดที่ดิน บุคคลค้ำประกัน และบัญชีเงินฝากประจำ	18	6.0
บัญชีเงินฝากประจำ	2	0.6
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.19 เมื่อจำแนกตามหลักประกันที่ใช้ในการกู้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โฉนดที่ดินและบุคคลค้ำประกันเป็นหลักประกันที่ใช้ในการกู้มีมากกว่าการใช้หลักประกันในแบบอื่นๆ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โฉนดที่ดินและบุคคลค้ำประกันเป็นหลักประกันที่ใช้ในการกู้ มีจำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ ใช้โฉนดที่ดินเพียงอย่างเดียวเป็นหลักประกันที่ใช้ในการกู้ มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 และ ใช้บุคคลค้ำประกันและบัญชีเงินฝากประจำเป็นหลักประกันที่ใช้ในการกู้ มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.20** จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามบุคคลที่ชักชวนและแนะนำให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับสถาบันการเงิน

บุคคลที่ชักชวนและแนะนำให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับสถาบันการเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พนักงานธนาคาร	141	47.0
เพื่อน	93	31.0
ตนเอง	72	24.0
ญาติพี่น้อง	16	5.3

**หมายเหตุ:** สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.20 เมื่อจำแนกตามบุคคลที่ชักชวนและแนะนำให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับสถาบันการเงิน ปรากฏว่า บุคคลที่ชักชวนและแนะนำกลุ่มตัวอย่างให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อ คือ พนักงานมากกว่าบุคคลอื่นๆ โดยบุคคลที่ชักชวนและแนะนำกลุ่มตัวอย่างให้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อ คือ พนักงาน มีจำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา คือ เพื่อน มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 ตนเอง มีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 และญาติพี่น้อง มีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.21** จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของสถาบันการเงิน

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของสถาบันการเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Web Site ของสถาบันการเงิน	123	41.0
โปสเตอร์/แผ่นประกาศ/แผ่นพับ/ใบปลิว	90	30.0
สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook	71	23.7
สื่อโทรทัศน์	57	19.0
สื่อหนังสือพิมพ์/วารสาร	21	7.0

**หมายเหตุ:** สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

**ที่มา:** จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.21 เมื่อจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของสถาบันการเงิน ปรากฏ กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจาก Web Site ของสถาบันการเงินมากกว่าช่องทางอื่นๆ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจาก Web Site ของสถาบันการเงิน มีจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจาก โปสเตอร์/แผ่นประกาศ/แผ่นพับ/ใบปลิว มีจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook มีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มีจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 และได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์/วารสารมีจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

#### 4.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า ไว้จำนวน 7 ปัจจัย ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ดังแสดงผลการศึกษาในตารางที่ 4.22-4.28

#### 4.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 5 ประเด็น ประกอบไปด้วย 1) วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้เพียงพอกับความต้องการ 2) ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ เช่น L/C, T/R, Forward 3) ระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อยาว 4) อัตราดอกเบี้ยที่ให้กู้ต่ำ และ 5) การลดดอกเบี้ย เมื่อปิดบัญชี

ตารางที่ 4.22 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1) วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้เพียงพอกับความต้องการ	51 (17.0)	132 (44.0)	89 (29.7)	28 (9.3)	0 (0.0)	3.67 (ลำดับ1)	มาก
2) ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ เช่น L/C, T/R, Forward	54 (18.0)	121 (40.3)	90 (30.0)	35 (11.7)	0 (0.0)	3.66 (ลำดับ2)	มาก
3) ระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อยาว	32 (10.2)	102 (34.0)	155 (51.7)	11 (3.7)	0 (0.0)	3.56 (ลำดับ4)	มาก
4) อัตราดอกเบี้ยที่ให้กู้ต่ำ	64 (21.3)	77 (25.7)	132 (44.0)	27 (9.0)	0 (0.0)	3.63 (ลำดับ3)	มาก
5) การลดดอกเบี้ย เมื่อปิดบัญชี	44 (14.7)	92 (30.7)	140 (46.7)	15 (5.0)	9 (3.0)	3.53 (ลำดับ5)	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 ระดับความสำคัญ มาก</b>							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.22 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้เพียงพอกับความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของประเภท

สินเชื่อ เช่น L/C, T/R, Forward โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อัตราดอกเบี้ยที่ให้กู้ต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อยาว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และการลดดอกเบี้ย เมื่อปิดบัญชี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

#### 4.4.2 ปัจจัยด้านราคา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า กับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 3 ประเด็น ประกอบไป 1) อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม 2) มีการคำนวณค่าวงวดในการผ่อนชำระให้ได้อย่างชัดเจน และ 3) มีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่ออย่างละเอียด

ตารางที่ 4.23 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1) อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม	61 (20.3)	119 (39.7)	108 (36.0)	12 (4.0)	0 (0.0)	3.78 (ลำดับ1)	มาก
2) มีการคำนวณค่าวงวดในการผ่อนชำระให้ได้อย่างชัดเจน	32 (10.7)	133 (44.3)	123 (41.0)	12 (4.0)	0 (0.0)	3.63 (ลำดับ3)	มาก
3) มีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่ออย่างละเอียด	51 (17.0)	122 (40.7)	118 (39.3)	9 (3.0)	0 (0.0)	3.76 (ลำดับ2)	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 ระดับความสำคัญ มาก							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.23 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมา ได้แก่ มีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอ

สินเชื่ออย่างละเอียด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และมีการคำนวณค่างวดในการผ่อนชำระให้ได้อย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ตามลำดับ

#### 4.4.3 ปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 4 ประเด็น ประกอบไป 1) การมีพนักงานไปนำเสนอสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกถึงสถานประกอบการ 2) สามารถสมัครใช้บริการได้ผ่านระบบออนไลน์ 3) มีสาขาให้บริการอย่างทั่วถึง และ 4) สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สถานประกอบการ

ตารางที่ 4.24 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1) การมีพนักงานไปนำเสนอ สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกถึง สถานประกอบการ	52 (17.3)	117 (39.0)	65 (21.7)	55 (18.3)	11 (3.7)	3.54 (ลำดับ3)	ปาน กลาง
2) สามารถสมัครใช้บริการได้ ผ่านระบบออนไลน์	64 (21.3)	52 (17.3)	119 (39.7)	57 (19.0)	8 (2.7)	3.38 (ลำดับ4)	ปาน กลาง
3) มีสาขาให้บริการอย่างทั่วถึง	44 (14.7)	138 (46.0)	115 (38.3)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.73 (ลำดับ1)	มาก
4) สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้ สถานประกอบการ	42 (14.0)	105 (35.0)	150 (50.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.64 (ลำดับ2)	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57 ระดับความสำคัญ มาก							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.24 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ มีสาขาให้บริการอย่างทั่วถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมา ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สถานประกอบการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 การมีพนักงานไปนำเสนอสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกถึงสถานประกอบการ



การ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และสามารถสมัครใช้บริการได้ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

#### 4.4.4 ปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการตลาด

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 3 ประเด็น ประกอบไป 1) ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกอย่างแพร่หลาย 2) การมอบส่วนลดหรือการยกเว้นค่าธรรมเนียม และ 3) การแจกของกำนัลหรือของที่ระลึกจากธนาคาร เมื่อสินเชื่อที่ขอได้รับการอนุมัติ

ตารางที่ 4.25 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1) ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกอย่างแพร่หลาย	34 (11.3)	111 (37.0)	124 (41.3)	31 (10.3)	0 (0.0)	3.86 (ลำดับ1)	ปานกลาง
2) การมอบส่วนลดหรือการยกเว้นค่าธรรมเนียม	68 (22.7)	73 (24.3)	127 (42.3)	32 (10.7)	0 (0.0)	3.56 (ลำดับ3)	มาก
3) การแจกของกำนัลหรือของที่ระลึกจากธนาคาร เมื่อสินเชื่อที่ขอได้รับการอนุมัติ	73 (24.3)	88 (29.3)	104 (34.7)	35 (11.7)	0 (0.0)	3.61 (ลำดับ2)	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 ระดับความสำคัญ มาก							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.25 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกอย่างแพร่หลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา ได้แก่ การแจกของกำนัลหรือของที่ระลึกจากธนาคาร เมื่อสินเชื่อที่ขอได้รับการอนุมัติ โดย

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 การมอบส่วนลด หรือการยกเว้นค่าธรรมเนียม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และตามลำดับ

#### 4.4.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 3 ประเด็น ประกอบไป 1) พนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี 2) พนักงานมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกโดยเฉพาะ และ 3) พนักงานธนาคารมี ทัศนคติดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพร้อมให้บริการ

ตารางที่ 4.26 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1) พนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี	78 (26.0)	85 (28.3)	134 (44.7)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.73 (ลำดับ3)	มาก
2) พนักงานมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกโดยเฉพาะ	65 (21.7)	117 (39.0)	105 (35.0)	13 (4.3)	0 (0.0)	3.76 (ลำดับ2)	มาก
3) พนักงานธนาคารมี ทัศนคติดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพร้อมให้บริการ	81 (27.0)	105 (35.0)	103 (34.3)	11 (7.3)	0 (0.0)	3.83 (ลำดับ1)	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 ระดับความสำคัญ มาก</b>							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.26 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ พนักงานธนาคารมี อธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพร้อมให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกโดยเฉพาะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และพนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

#### 4.4.6 บัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

การศึกษาบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 2 ประเด็น ประกอบไป 1) ธนาคารมีชื่อเสียง และ 2) ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 4.27 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

บัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1) ธนาคารมีชื่อเสียง	32 (10.7)	127 (42.3)	139 (46.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	3.64 (ลำดับ2)	มาก
2) ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	49 (16.3)	144 (48.0)	107 (35.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (ลำดับ1)	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 ระดับความสำคัญ มาก</b>							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.27 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมา ได้แก่ ธนาคารมีชื่อเสียง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ

#### 4.4.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน ได้กำหนดประเด็นในการประเมินระดับความสำคัญไว้ 3 ประเด็นประกอบไป 1) ขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน 2) ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และ 3) เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน

ตารางที่ 4.28 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ (n=300 ราย)					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1) ขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน	75 (25.0)	72 (24.0)	122 (40.7)	31 (10.3)	0 (0.0)	3.62 (ลำดับ2)	มาก
2) ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	97 (32.3)	103 (34.2)	52 (17.3)	48 (16.0)	0 (0.0)	3.82 (ลำดับ1)	มาก
3) เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน	53 (17.7)	114 (38.0)	82 (27.3)	45 (15.0)	6 (2.0)	3.54 (ลำดับ3)	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 ระดับความสำคัญ มาก</b>							

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.28 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับ 1 คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมา ได้แก่ ขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และเอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงิน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านบุคลากร	3.77	มาก	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.74	มาก	2
ด้านราคา	3.72	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	มาก	4
ด้านกระบวนการ	3.66	มาก	5
ด้านผลิตภัณฑ์	3.61	มาก	6
ด้านการจัดจำหน่าย	3.57	มาก	7

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.29 ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.5 ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ

การศึกษาความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท ซึ่งมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
ด้านผลิตภัณฑ์			
1)วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้เพียงพอกับความต้องการ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.68	0.522
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	(0.602)
2)ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ เช่น L/C, T/R , Forward	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.67	0.427
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	(0.670)
3)ระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อยาว	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.55	-0.301
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.58	(0.764)
4)อัตราดอกเบี้ยที่ให้กู้ต่ำ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.55	-2.701**
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.88	(0.007)
5)การลดดอกเบี้ย เมื่อปิดบัญชี	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.47	-1.960*
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.71	(0.051)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.59	1.045
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.68	(0.297)

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.30 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านราคา</b>			
1)อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.71	-2.873***
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.00	(0.005)
2)มีการคำนวณค่างวดในการผ่อนชำระให้ได้อย่างชัดเจน	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.63	0.066
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	(0.947)
3)มีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่ออย่างละเอียด	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.80	1.695*
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	(0.091)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.71	-0.396
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.75	(0.692)
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
1)การมีพนักงานไปนำเสนอสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกถึงสถานประกอบการ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.53	-0.467
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.58	(0.641)
2)สามารถสมัครใช้บริการได้ผ่านระบบออนไลน์	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.37	-0.331
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.42	(0.741)
3)มีสาขาให้บริการอย่างทั่วถึง	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.68	-2.046**
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.88	(0.043)
4)สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สถานประกอบการ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.64	0.196
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	(0.845)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.56	-0.696
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	(0.487)

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.30 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1)ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก อย่างแพร่หลาย	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.93	0.568 (0.571)
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.63	
2)การมอบส่วนลดหรือการยกเว้น ค่าธรรมเนียม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.50	-2.246** (0.026)
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.75	
3)การแจกของกำนันหรือของที่ระลึกจาก ธนาคาร เมื่อสินเชื่อที่ขอได้รับการอนุมัติ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.47	-5.221*** (0.000)
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.04	
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.64	-0.776 (0.439)
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.81	
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1) พนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้ คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก ให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.59	-5.438*** (0.000)
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.17	
2) พนักงานมีความเชี่ยวชาญด้าน ผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก โดยเฉพาะ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.63	-5.448*** (0.000)
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.17	
3) พนักงานธนาคารมี อัจฉริยะดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และพร้อมให้บริการ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.78	-1.902* (0.058)
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.00	
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.67	-5.101*** (0.000)
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.11	

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ



ตารางที่ 4.30 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1) ธนาคารมีชื่อเสียง	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.61	-1.562
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.75	(0.119)
2) ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.80	-1.259
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.92	(0.210)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.70	-1.519
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.83	(0.130)
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1) ขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.51	-3.540***
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.96	(0.000)
2) ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.68	-5.298***
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.25	(0.000)
3) เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.39	-5.626***
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.00	(0.000)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.53	-5.783***
	มากกว่า 8 แสนบาท	4.07	(0.000)
คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด	ไม่เกิน 8 แสนบาท	3.62	-2.554**
	มากกว่า 8 แสนบาท	3.82	(0.011)

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.30 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้าของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท พบว่า มีค่าเฉลี่ยในภาพรวม เท่ากับ 3.62 (ระดับมาก) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า ลำดับ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย มีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่ออย่างละเอียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (ระดับมาก) รองลงมา คือ

อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ระดับมาก) และมีการคำนวณค่าวงเงินในการผ่อนชำระให้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 2 คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (ระดับมาก) รองลงมา คือ ธนาคารมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (ระดับมาก) ขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย พนักงานมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกโดยเฉพาะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (ระดับมาก) รองลงมา คือ พนักงานธนาคารมี ทัศนคติ ยิ้มแย้มแจ่มใส และพร้อมให้บริการคะแนนเฉลี่ยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (ระดับมาก) และพนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (ระดับมาก)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท พบว่า มีค่าเฉลี่ยในภาพรวม เท่ากับ 3.82 (ระดับมาก) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า ลำดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย พนักงานธนาคารมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกโดยเฉพาะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (ระดับมาก) และพนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (ระดับมาก) รองลงมา คือ พนักงานธนาคารมี ทัศนคติ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 2 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (ระดับมาก) รองลงมา คือ เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (ระดับมาก) และขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (ระดับมาก) ขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 3 คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (ระดับมาก) รองลงมา คือ ธนาคารมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (ระดับมาก)

เมื่อทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 2 ด้าน โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท ให้คะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร และด้านกระบวนการที่มากกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท

**4.6 ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ**

การศึกษาความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท ซึ่งมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.31** คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ

ปัจจัย	วงเงินกู้ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1) วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้เพียงพอกับความต้องการ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.64	-1.437
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.82	(0.152)
2) ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ เช่น L/C, T/R , Forward	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.66	0.116
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.65	(0.908)
3) ระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อยาว	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.58	0.786
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.47	(0.435)
4) อัตราดอกเบี้ยที่ให้ลูกค้า	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.59	-1.422
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.82	(0.160)
5) การลดดอกเบี้ยเมื่อปิดบัญชี	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.49	-1.264
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.71	(0.211)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.59	-0.804
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.69	(0.424)

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.31 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ (ต่อ)

ปัจจัย	วงเงินกู้ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านราคา</b>			
1) อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.77	-0.415
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.82	(0.678)
2) มีการคำนวณค่างวดในการผ่อนชำระให้ได้อย่างชัดเจน	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.63	-0.214
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.65	(0.831)
3) มีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่ออย่างละเอียด	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.77	0.545
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.71	(0.586)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.72	-0.026
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.73	(0.979)
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
1) การมีพนักงานไปนำเสนอสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกถึงสถานประกอบการ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.54	0.078
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.53	(0.938)
2) สามารถสมัครใช้บริการได้ผ่านระบบออนไลน์	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.31	-2.391**
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.71	(0.017)
3) มีสาขาให้บริการอย่างทั่วถึง	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.65	-4.256***
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.12	(0.000)
4) สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สถานประกอบการ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.60	-1.945*
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.82	(0.053)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.53	-2.386**
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.79	(0.018)

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.31 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ (ต่อ)

ปัจจัย	วงเงินกู้ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1) ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก อย่างแพร่หลาย	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.89	0.300 (0.765)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.71	
2) การมอบส่วนลดหรือการยกเว้น ค่าธรรมเนียม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.51	-2.285** (0.023)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.82	
3) การแจกของกำนันหรือของที่ระลึก จากธนาคาร เมื่อสินเชื่อที่ขอได้รับการ อนุมัติ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.53	-2.867*** (0.006)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.00	
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.64	-0.807 (0.420)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.84	
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1) พนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้ คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก ให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.64	-4.443*** (0.000)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.18	
2) พนักงานมีความเชี่ยวชาญด้าน ผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก โดยเฉพาะ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.72	-1.722* (0.086)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.94	
3) พนักงานธนาคารมี ทัศนคติ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และพร้อมให้บริการ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.77	-2.605** (0.010)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.12	
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.71	-3.356*** (0.001)
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.08	

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.31 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินกู้ที่ได้รับ (ต่อ)

ปัจจัย	วงเงินกู้ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่า t (p-value)
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
1) ธนาคารมีชื่อเสียง	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.63	-0.751
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.71	(0.0453)
2) ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.83	0.079
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.82	(0.938)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.73	-0.368
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.76	(0.713)
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1) ขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.52	-4.230***
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.12	(0.000)
2) ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.80	-0.918
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.94	(0.369)
3) เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.45	-3.737***
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.00	(0.000)
คะแนนเฉลี่ยรวม	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.59	-3.237***
	มากกว่า 2 ล้านบาท	4.02	(0.001)
คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด	ไม่เกิน 2 ล้านบาท	3.63	-2.029**
	มากกว่า 2 ล้านบาท	3.83	(0.047)

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.31 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้าของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท พบว่า มีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.63 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า ลำดับ 1 คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (ระดับมาก) รองลงมา คือ ธนาคารมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีการชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่ออย่างละเอียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมา คือ มีการคำนวณค่างวดในการผ่อนชำระให้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย พนักงานธนาคารมีทัศนคติ ยิ้มแย้มแจ่มใส และพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 (ระดับมาก) รองลงมา คือ พนักงานธนาคารมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก โดยเฉพาะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (ระดับมาก) และพนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 (ระดับมาก)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท พบว่า มีค่าเฉลี่ยภาพรวม เท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า ลำดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย พนักงานธนาคารมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (ระดับมาก) รองลงมา คือ พนักงานธนาคารมี ทัศนคติ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (ระดับมาก) และพนักงานธนาคารมีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก โดยเฉพาะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 2 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) รองลงมา คือ เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (ระดับมาก) และขั้นตอนในการขอสินเชื่อมีความสะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (ระดับมาก) ขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับ 3 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย การแจกของกำนันหรือของที่ระลึกจากธนาคาร เมื่อสินเชื่อที่ขอได้รับการอนุมัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (ระดับมาก) รองลงมา คือ การมอบส่วนลดหรือการยกเว้นค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (ระดับมาก) และธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการให้สินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออกอย่างแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ระดับมาก)

เมื่อทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 3 ด้าน โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท ให้คะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการที่มากกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท

**ตารางที่ 4.32** ความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้ากับสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยของกิจการ	วงเงินกู้ที่ได้รับ
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านราคา	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่แตกต่าง	0.018**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านบุคลากร	0.000***	0.001***
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านกระบวนการ	0.000***	0.001***

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05, 0.01

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 2 ด้าน โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการมากกว่า 800,000 บาท ให้คะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร และด้านกระบวนการที่มากกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการไม่เกิน 800,000 บาท แสดงว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่รายได้เฉลี่ยของกิจการแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านบุคลากร และด้านกระบวนการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ส่วนเมื่อทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการใช้สินเชื่อเพื่อการส่งออก-นำเข้า พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 3 ด้าน โดยผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้มากกว่า 2 ล้านบาท ให้คะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการที่มากกว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท แสดงว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีวงเงินกู้แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved