

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME
ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี
FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF SME
LONE SERVICES OF KASIKORNBANK IN CHONBURI**

บุญญา อุตสิทธิ์
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Bunyisa Usit

E-Mail: zugar_ii@msn.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี และลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทสินเชื่อ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารธนาคารทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนพัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ปรับปรุงการให้บริการของธนาคารให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้นและตรงกับความ ต้องการของผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารต่อไปในอนาคตโดยประชากรที่ทำการศึกษาคือ ประชากรผู้ใช้บริการหรือเคยใช้บริการ กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ผ่านระบบออนไลน์ Google forms โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) จำนวน 385 คน

ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรีที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจบริการ ดำเนินธุรกิจมา 1-3 ปี มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยกว่า 10 ล้านบาท เป็นเจ้าของธุรกิจเพียงคนเดียว และใช้วงเงินกู้ระยะยาว (Loan) โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์เหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านราคา,ด้านกระบวนการบริการและด้านบุคลากร ตามลำดับ ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ

ABSTRACT

This research aimed to study the factors affecting the selection of Kasikornbank SME loan services in Chonburi province. This study examined the factors affecting the selection of Kasikornbank SME loan service in Chonburi province and the different demographic characteristics. In terms of gender, age, education level, type of business, length of business, business size, business type, and type of credit. This is to inform the bank executives of the factors affecting the decision to use Kasikornbank public company limited and apply the research results to be a part of planning, development and strategy formulation. Improve the bank's services for better quality and meet the needs of those who decide to choose to use banking services in the future. The population studied is the population of people who use the service or have used the service with Kasikornbank Public Company Limited, which conducted a survey using questionnaires via Google Docs online system by using simple random sampling method of 385 people.

The research results were found that there were 385 Kasikornbank service users in Chonburi province who answered the questionnaire most of them are males aged 41-50 years with a bachelor's degree. Business service have been in business for 1-3 years ,has an asset value of less than 10 million baht, single business owner and use a long-term loan. These demographic characteristics are factors affecting the selection of Kasikornbank services in Chonburi province overall at a high level. The aspect at the highest level were price, process, service, and personnel, respectively. The aspect at high levels were marketing promotion, product, location, and physical image, respectively.

บทนำ

สินเชื่อ SME คือ สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยหรือธุรกิจที่มีสินทรัพย์ในการลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือตามจำนวนที่กำหนดโดยกฎกระทรวงเพื่อให้การสนับสนุนในภาคธุรกิจต่าง ๆ ในการจัดตั้ง ขยายกิจการ ปรับปรุงกิจการ และยกระดับมาตรฐานของกิจการ โดยแบ่งออกเป็นสินเชื่อมีหลักประกัน และสินเชื่อไม่มีหลักประกันสินเชื่อที่มีหลักประกันนั้นผู้ขอสินเชื่อต้องแสดงหลักฐานในรูปของอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสินเชื่อที่มีหลักประกันนั้นจะมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน ซึ่งอาศัยความน่าเชื่อถือ ความซื่อตรง และความสามารถในการจ่ายคืนของผู้ขอสินเชื่อเป็นหลักสำคัญ

สินเชื่อ SME เป็นสินเชื่อประเภทเดียวที่มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต่างแข่งขันกันอย่างดุเดือดเพื่อครองส่วนแบ่งตลาดและความเป็นผู้นำด้านสินเชื่อ SME มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นต่าง ๆ ออกมาเพื่อดึงดูดผู้ประกอบการมากมาย ในด้านของผู้ประกอบการเองก็จำเป็นต้องมีเหตุผลในการตัดสินใจว่าจะพิจารณาเลือกใช้บริการเงินใด เนื่องจากแต่ละธนาคารนั้นมีรูปแบบการให้บริการและค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน หรือแม้กระทั่งในเรื่องของความสัมพันธ์เองก็ดีที่ผู้ประกอบการอาจจะมองว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เลือกใช้บริการนี้หรือไม่เปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่อาจจะมีข้อเสนอที่ดีกว่าก็ตาม ดังนั้น ธนาคารต่าง ๆ จึงควรศึกษาถึงปัจจัยและความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ เพื่อนำผลมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการจัดทำกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ การปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการรวมทั้งสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ การศึกษา ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทสินเชื่อ) และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านราคา , ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย , ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด , ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการ

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ผู้ใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือน ตุลาคม ปี พ.ศ. 2563 ถึงเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

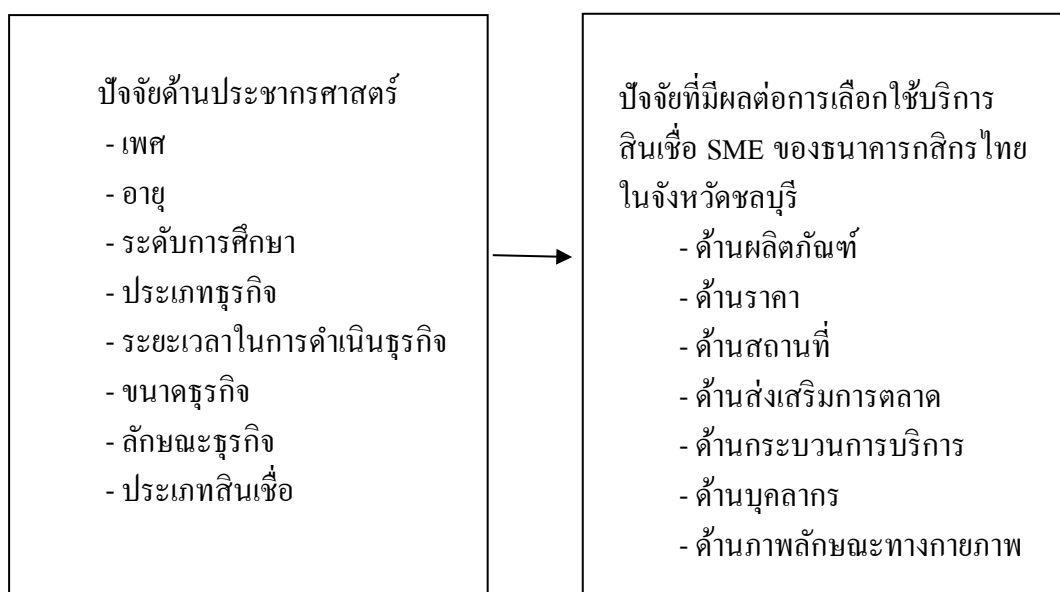
1. เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจที่มีต่อธนาคารในการนำมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการให้บริการทางการเงิน และสินเชื่อ SME ให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจอย่างถูกต้องเหมาะสม
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อให้ทราบถึงฐานข้อมูลและต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรีของกลุ่มผู้ใช้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากที่ได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้นทางผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

วศิน สันทรณ์ (2557) อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีประชากรศาสตร์ (demography) หมายถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากรซึ่งมีรากฐานของคำศัพท์ภาษากรีก มาจากคำว่า “Demo” หมายถึง “People” แปลว่า ประชากรหรือประชาชน และคำว่า “Graphy” หมายถึง “Description” มีความหมายว่า ลักษณะการนำคำศัพท์ทั้งสองมารวมกันจะให้ความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น กล่าวถึง ประชากรที่แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME

สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายในการที่จะให้สินค้าหรือบริการ หรือเงินจำนวนหนึ่งไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขการชำระคืนในอนาคตบุคคล 2 ฝ่าย ที่กล่าวถึงนี้อาจมีการติดต่อกันเป็นรายบุคคลกลุ่มบุคคลหรือนิติบุคคล หรือระหว่างกันก็ได้ และสิ่งที่ฝ่ายผู้ให้สินเชื่อจะต้องรับภาระต่อมา คือ ความเสี่ยงด้านสินเชื่อนอกจากจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเชื่อถือแล้วยังต้องอาศัยหลักประกันอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือหลักทรัพย์ที่นำมาใช้เพื่อลดความเสี่ยง

ประวัติธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยมีสาขาสำนักงานเลี้ยวป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก ซึ่งเริ่มด้วยพนักงานเพียง 21 คน แต่เพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุดหรือเพียง 6 เดือน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2488 ก็มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท และมีสินทรัพย์ 15 ล้านบาทและตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศ ภายใต้คำขวัญ “บริการทุกระดับประทับใจ”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉิรดา นันทิมาพันธ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับสูงโดยอันดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด รองลงมา คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ บริการด้านค่าธรรมเนียมในการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสถานที่ในการให้บริการ ตามลำดับ การเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับปานกลาง

เกศินี ยะจอม(2556) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ขนาดย่อมของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 240 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบกิจการค้าปลีกร้อยละ 48.3 มีการจดทะเบียนกิจการเป็นแบบบุคคลธรรมดาร้อยละ 79.6 ระยะเวลาที่ประกอบกิจการของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมจะอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี ร้อยละ 47.9 รายได้ของธุรกิจของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ขนาดย่อมที่อยู่ในช่วง 500,000 -1,000,000 บาท ร้อยละ 52.9 ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประเภทวงเงินสินเชื่อเป็นประเภทวงเงินกู้ วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อนำเงินมาใช้หมุนเวียนในกิจการ ลักษณะของการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมเป็น การใช้บริการสินเชื่อเป็นครั้งแรก (กู้ใหม่) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับการอนุมัติ8.6% ต่อปี ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในช่วง 10,001 – 30,000 บาทต่อครั้งแรกในการขอสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม ประเภทหลักประกันในการขอสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมมีบ้านพร้อมที่ดินเป็นหลักประกันข้อมูลที่มีการเข้าขอใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมจะได้รับการชักชวนจากพนักงานธนาคารผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในสามลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านสถานที่ด้านกระบวนการ ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแต่ละปัจจัยใน ลำดับหนึ่งดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในรูปแบบการให้วงเงินสินเชื่อที่ได้รับพิจารณาอนุมัติสูง 2)ความพึงพอใจด้านราคาผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อ 3)ความพึงพอใจด้านกระบวนการผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในการขอสินเชื่อมีเงื่อนไขขั้นตอนไม่ยุ่งยาก 4)ความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจที่พนักงานมีประสบการณ์และมีความชำนาญทางด้านสินเชื่อ 5)ความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจที่ธนาคารมี ทำเลที่ตั้งใกล้บ้านและหรือใกล้ที่ทำงาน 6) ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจที่มีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม 7)ความพึงพอใจด้านกายภาพผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจที่ธนาคารมีชื่อเสียงฐานะความมั่นคงของธนาคาร

ศุวดี วิเศษยา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลายและความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของพนักงาน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านความถูกต้องและความสะดวกในการใช้บริการ และปัจจัยด้านความมีมาตรฐานและ การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ยอดขายมีอิทธิพลต่อการเลือก

ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สุภคินาง ปัสนะจะโน (2558) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดเล็ (sSME) กับสำนักงานเขตปทุมธานี ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)* ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อ sSME คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หรือวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความเหมาะสมกับหลักประกันและด้านบุคลากรหรือพนักงาน ได้แก่ พนักงานให้คำปรึกษาได้อย่างถูกต้องเข้าใจง่ายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสำหรับหารศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อ sSME และปัจจัยส่วนการผสมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ sSME ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ sSME ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ ด่านการส่งเสริมการตลาด เช่น ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารและด้านกระบวนการให้บริการ เช่น ขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อ

วาสินี เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ประชากรผู้ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ผ่านระบบออนไลน์ Google Docs ซึ่งสามารถเก็บ แบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 425 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และ เครื่องมืออุปกรณ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โปรโมชั่น และบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยจำนวนช่องบริการและสาขา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ และช่วงเวลาในการให้บริการ และปัจจัยด้านชื่อเสียง นโยบาย และภาพลักษณ์ ตามลำดับ ส่วนผลการวิจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันไป ขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน*

กร สุทิน (2561) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กรณีศึกษา ภาคเหนือตอนบน* ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าน่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการตัดสินใจมากทุกด้านและด้านที่มีการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการในการให้บริการด้านสภาพแวดล้อม และสถานที่ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านที่มีการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านการตลาด

ศรัญญา รักสงฆ์ (2561) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* พบว่า แหล่งเงินทุนที่สำคัญที่สุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ เงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ รองลงมา คือ สถาบันการเงินของรัฐและปัจจัยด้านสถานประกอบการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ทุนเริ่มต้นของกิจการ มูลค่าสินทรัพย์ของกิจการ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่ผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (questionnaire)

กลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อในจังหวัด กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 385 ชุด โดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยจะใช้วิธีการแจกแบบ สอบถามและแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Forms ควบคู่กัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม
2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าวิเคราะห์หาความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ใช้ค่าร้อยละในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (อายุ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทสินเชื่อ)

2. ใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 รองลงมา คือ 31-40 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 มากกว่า 50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจบริการ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมา คือ การค้าปลีก จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 การผลิตจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ การค้าส่ง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจ 1-3 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 อายุ 4-6 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา คือ 10-50 ล้านบาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 มูลค่าสินทรัพย์ 51-100 ล้านบาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ มากกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจเพียงคนเดียว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมา คือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 บริษัท จำกัด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ใช้วงเงินกู้ระยะยาว (Loan) จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 รองลงมา คือ วงเงินหมุนเวียนธุรกิจ (OD, LG, PN) จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 วงเงินสินเชื่อเอกสารประกัน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 และสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ อื่นๆจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการและด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.23$, $\bar{X} = 4.22$ และ $\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.93$, $\bar{X} = 3.80$, $\bar{X} = 3.68$ และ $\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 คิดเป็นร้อยละ 46.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 ส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจ 1-3 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 ส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจเพียงคนเดียว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 ส่วนใหญ่ใช้วงเงินกู้ระยะยาว (Loan) จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านบุคลากร ตามลำดับ ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพตามลำดับ

อภิปรายผล

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงตามที่ขอสัดส่วนหลักประกันกับวงเงินสินเชื่อ ธุรกิจมีความเหมาะสม ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์สินเชื่อธุรกิจของธนาคารมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในการทำธุรกิจ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันตอบสนองความต้องการได้ และผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยเข้าถึงได้ง่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวดี วิเศษยา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลายและความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของพนักงาน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านความถูกต้องและความสะดวกในการใช้บริการ และปัจจัยด้านความมีมาตรฐานและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ยอดขายมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ระดับอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมมีความหลากหลาย (ตามจำนวนวงเงิน) อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมกับประเภทสินเชื่อมีการลดอัตราดอกเบี้ย/ค่า

ธรรมเนียมให้เหมาะสมและกำหนดอัตราดอกเบี้ยในระดับที่แข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นได้ เช่น Refinance ตามลำดับตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกร สุทิน (2561) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กรณีศึกษา ภาคเหนือตอนบน* ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการตัดสินใจมากทุกด้านและด้านที่มีการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการในการให้บริการด้านสภาพแวดล้อม และสถานที่ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านที่มีการตัดสินใจต่ำสุด คือ ด้านการตลาด

ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมสะดวกสบาย มีจำนวนสาขาเพียงพอในการให้บริการ มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้ำที่เดินทางมาใช้บริการทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการและสถานที่ตั้งของธนาคารใกล้แหล่งชุมชนตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศินี ยะจอม(2556) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมจำนวน 240 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบกิจการค้าปลีกร้อยละ 48.3 มีการจดทะเบียนกิจการเป็นแบบบุคคลธรรมดาร้อยละ 79.6 ระยะเวลาที่ประกอบกิจการของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมจะอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี ร้อยละ 47.9 รายได้ของธุรกิจของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมที่อยู่ในช่วง 500,000 -1,000,000 บาท ร้อยละ 52.9 ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประเภทวงเงินสินเชื่อปีประเภทวงเงินกู้ วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อนำเงินมาใช้หมุนเวียนในกิจการ ลักษณะของการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมเป็น การใช้บริการสินเชื่อเป็นครั้งแรก (กู้ใหม่) อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับการอนุมัติ 8.6% ต่อปี ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการขอสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในช่วง 10,001 – 30,000 บาทต่อครั้งแรกในการขอสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม ประเภทหลักประกันในการขอสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมมีบ้านพร้อมที่ดินเป็นหลักประกันข้อมูลที่มีการเข้าขอใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมจะได้รับการชักชวนจากพนักงานธนาคารผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในสามลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านสถานที่ด้านกระบวนการ ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแต่ละปัจจัยใน ลำดับหนึ่งดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในรูปแบบการให้วงเงินสินเชื่อที่ได้รับพิจารณาอนุมัติสูง 2) ความพึงพอใจด้านราคาผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อ 3) ความพึงพอใจด้านกระบวนการผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจในการขอสินเชื่อมีเงื่อนไขขั้นตอนไม่ยุ่งยาก 4) ความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจที่พนักงานมีประสบการณ์และมีความชำนาญทางด้านสินเชื่อ 5) ความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจที่ธนาคารมี ทำเลที่ตั้งใกล้บ้านและหรือใกล้ที่ทำงาน 6) ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการ

ตลาด ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่มีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม 7) ความพึงพอใจด้านกายภาพ ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจที่ธนาคารมีชื่อเสียงฐานะความมั่นคงของธนาคาร

ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ มีการอนุมัติวงเงินสินเชื่อที่ครอบคลุมความต้องการ ในอนาคตมีการจัด Package วงเงินสินเชื่อที่น่าสนใจ ให้ข้อมูลข่าวสารธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรดา นันท์ทิมาพันธ์ (2555) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี* ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับสูงโดยอันดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด รองลงมา คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ บริการด้านค่าธรรมเนียมในการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสถานที่ในการให้บริการ ตามลำดับ การเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความไว้วางใจได้ เกี่ยวข้องกับความถูกต้อง ในกระบวนการให้บริการ สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ง่าย ระเบียบหรือขั้นตอนมีความยืดหยุ่นอย่างเหมาะสมมีขั้นตอนในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อที่เหมาะสมไม่มีการล่าช้าในการทำงานความถูกต้องแม่นยำในการคำนวณอัตราดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม ตามลำดับ และความสำคัญที่อยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการได้รับบริการและความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสิณี เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประชากรที่ทำการศึกษาคือ ประชากรผู้ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ผ่านระบบออนไลน์ Google Docs ซึ่งสามารถเก็บ แบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 425 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และ เครื่องมืออุปกรณ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โปรโมชั่น และบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยจำนวนช่องบริการและสาขา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ และช่วงเวลาในการให้บริการ และปัจจัยด้านชื่อเสียง นโยบาย และภาพลักษณ์ ตามลำดับ ส่วนผลการวิจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน*

ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจเชื่อถือได้และความสำคัญที่อยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีทัศนคติที่ดี, พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการพนักงานมีความรู้

ความชำนาญ,สามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาได้,พนักงานมีความเป็นมิตร มีใจรักการบริการตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา ปัสชนะจะ โน (2558) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดเล็ก (sSME) กับสำนักงานเขตปทุมธานี ราชอาณาจักรไทย จำกัด (มหาชน)* ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อ sSME คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หรือวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความเหมาะสมกับหลักประกันและด้านบุคลากรหรือพนักงาน ได้แก่ พนักงานให้คำปรึกษาได้อย่างถูกต้องเข้าใจง่าย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสำหรับหารศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อ sSME และปัจจัยส่วนการผสมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ sSME ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ sSME ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ ดานการส่งเสริมการตลาด เช่น ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารและด้านกระบวนการให้บริการ เช่น ขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อ

ด้านภาพลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบของธนาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกของธนาคาร เครื่องมือ เครื่องใช้ มีความทันสมัยและการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีบุญญา รักสงฆ์ (2561) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* พบว่า แหล่งเงินทุนที่สำคัญที่สุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ เงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ รองลงมา คือ สถาบันการเงินของรัฐและปัจจัยด้านสถานประกอบการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ทุนเริ่มต้นของกิจการ มูลค่าสินทรัพย์ของกิจการ นอกจากนี้ยัง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่ผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงตามที่ขอ ซึ่งหลายกรณีลูกค้าจะได้อัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมหรือค่าประกันต่าง ๆ จึงไม่ได้วงเงินตรงตามที่ขอไปพนักงานควรมีการคำนวณยอดเงินเพื่อไว้เพื่อให้ตรงกับจำนวนที่ลูกค้าต้องการ

ด้านราคา สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ระดับอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมมีความหลากหลาย (ตามจำนวนวงเงิน) ควรเพิ่มรูปแบบอัตราดอกเบี้ยให้หลากหลายกว่าปัจจุบันเพื่อเป็นตัวเลือก ให้กับลูกค้า

ด้านสถานที่ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมสะดวกสบาย ควรมีห้องรับรองให้กับลูกค้า หรือควรมีกิจกรรมให้ลูกค้าทำระหว่างรอใช้บริการ แต่ถ้าจะมาใช้บริการสาขาในห้างก็อาจจะมีที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการโดยเฉพาะ

ด้านส่งเสริมการตลาด สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีการอนุมัติวงเงินสินเชื่อที่ครอบคลุมความต้องการในอนาคต ควรมีการวางแผนทางการเงินให้ลูกค้าอย่างชัดเจนถึงอนาคตว่าจะเป็นอย่างไรต่อไป เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและธุรกิจที่จะดำเนินต่อไปในอนาคต

ด้านกระบวนการบริการ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความไว้วางใจได้เกี่ยวข้องกับความต้องการในกระบวนการให้บริการ ดังนั้น พนักงานทุกคนต้องไว้วางใจได้ ทำถูกต้องตามกระบวนการทุกขั้นตอนตามที่ธนาคารกำหนดไว้ และต้องมีการจัดฝึกอบรมถึงกระบวนการการทำงาน ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ด้านบุคลากร สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ เชื่อถือได้ พนักงานต้องมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ ไม่รับเงินใต้โต๊ะแล้วดันให้แต่เศษใหญ่ ๆ ซึ่งลูกค้าทุกคนต้องมีสิทธิเท่าเทียมกัน

ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบของธนาคาร ธนาคารเป็นที่คนเข้าออกตลอดเวลา จึงทำให้สกปรกง่าย สิ่งของจะไม่อยู่เป็นที่ตลอดเวลา เช่น หยิบหนังสือพิมพ์มาอ่านแล้วไม่เก็บที่หรือทานน้ำที่ตู้กดน้ำแล้วไม่ทิ้งแก้วกระดาษให้ลงถัง ดังนั้น ก็ควรมีมาตรการในการรักษาความสะอาดอาจจะมีป้ายบอก มีถังขยะเพิ่มมีแม่บ้านคอยดูแลในทุกช่วงเวลาที่ยานาคารเปิด

บรรณานุกรม

- สุทธิลักษณ์ แจ่มใส. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่สังกัดสำนักงานบริหารธุรกิจสาขา เขต 29.
- สุมลรัตน์ สิ้นธพหันธ์. (2551). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) ในพื้นที่ย่านธนบุรี.
- ฉิรดา นันทิมาพันธ์. (2555). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.
- เกศินี ยะจอม. (2556). ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
- แดนไตร ช่างหม่อง. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเทิง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย.
- ธนวัฒน์ ประกอบศรีกุล. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตร.
- วศิน สันทรณ์. (2557). ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์.
- สุจินตนา จรัสพิทยากุล. (2557.) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า: กรณีศึกษาธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) สาขาลาดพร้าว.
- สุกัญญา บัสนะจะโน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดเล็ก (SME) กับสำนักงานเขตปทุมธานีธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).
- ศุวดี วิเศษยา. (2558). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.
- วาสิณี เสถียรกาล. (2559). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).
- ศศิพร บุญชู. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.
- กร สุทิน. (2561). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย.
- ศรัญญา รักสงฆ์. (2561). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินของรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.