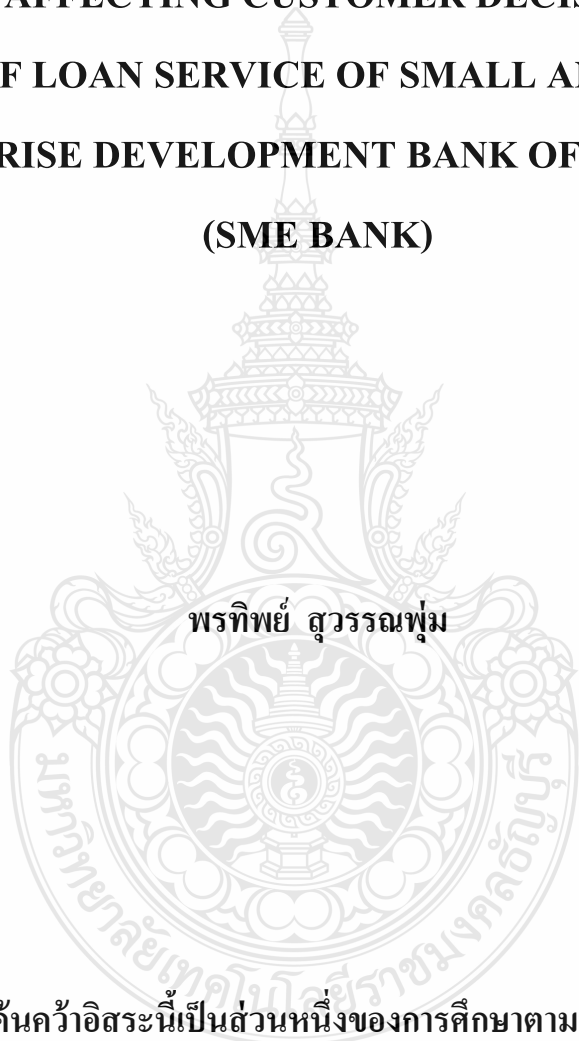


ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ : กรณีศึกษา
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

FACTORS AFFECTING CUSTOMER DECISION ON THE
USAGE OF LOAN SERVICE OF SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISE DEVELOPMENT BANK OF THAILAND
(SME BANK)



พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ : กรณีศึกษา
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย



พรทิพย์ สุวรรณฟูม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
Factors Affecting Customer Decision on the Usage of Loan Service
of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand
(SME Bank)

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวพรทิพย์ สุวรรณพุ่ม

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา


ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์, บช.ม.

ปีการศึกษา

2555

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ชาติรี จันทร โคลิกา, Ph.D.)


..... กรรมการ
(อาจารย์ศุภวรัตน์ สุวรรณะ, บช.ม.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์, บช.ม.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชงนกรณ์ กุณฑลบุตร, D.B.A.)

วันที่ 10 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2556

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ : กรณีศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวพรทิพย์ สุวรรณพุ่ม
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์, บช.ม.
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ และศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร กรณีศึกษาเฉพาะสาขาขนาดใหญ่ 2 สาขาในสังกัดเขต 3 คือ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ จำนวน 320 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่าง และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติอ้างอิง One-way ANOVA, LSD (Least Significant Difference) และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านนโยบายรัฐบาล และด้านภาวะเศรษฐกิจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ พบว่าด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่ออยู่ในระดับมาก และรองลงมาคืออัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเงื่อนไขในการใช้สินเชื่อ กระบวนการใช้สินเชื่อ การให้บริการของพนักงาน ช่องทางในการใช้สินเชื่อ ลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านเงื่อนไขในการใช้สินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ลักษณะทางกายภาพ การตลาด การให้บริการของพนักงาน และตัวชี้วัดของผู้ใช้สินเชื่อและพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือ ลดจำนวนเอกสาร ขั้นตอนการขอกู้ ดอกเบี้ย ระยะเวลาพิจารณาสินเชื่อให้น้อยลงและปรับเปลี่ยนช่องทางการชำระเงิน วงเงินกู้ลูกค้าขึ้นดี และแจ้งความคืบหน้าของธนาคารที่เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ
คำสำคัญ : บริการสินเชื่อ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

Independent Study Title	Factors Affecting Customer Decision on the Usage of Loan Service of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand (SME Bank)
Name-Surname	Miss Pornthip Suwanphum
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Assistant Professor Kusuma Dampitakse, M.Acc.
Academic Year	2012

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the factors, as well as opinions and recommendations, affecting customer decision on the usage of loan service of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand (SME Bank). The samples consisted of 320 participants who were customers using the loan service at two large branches, including Ayutthaya Branch and Nakhonsawan Branch, under regional office 3. Descriptive statistics used for data analysis were mean and standard deviation. Besides, inferential statistics used for comparing differences and analyzing the relationships included One-way ANOVA, Least Significant Difference (LSD), and Pearson Product-Moment Correlation at significance level of 0.05.

The results of data analysis regarding the environmental factors affecting customer decision on the usage of loan service showed that the highest level was from the aspect of business competition, followed by the government policy and economic condition, respectively. Moreover, the results regarding the factors affecting the decision on the usage of loan service revealed that the aspect of loan indicator of loan user was at high level, followed by interest rate and fees, the condition of loan usage, process of loan usage, services, channels of loan usage, physical characteristics, and promotion, respectively. The significant differences were found in terms of the condition of loan usage, interest rate and fees, physical characteristics, marketing, services, and loan indicator of loan user. Furthermore, the relationship between the environmental factors and the decision on the usage of loan service was positively related at medium level.

In addition, opinions and recommendations affecting customer decision were to reduce the number of documents, loan procedures, interests, and duration of loan consideration, to increase payment channels, loan limit of best customer, and to always inform the current progress of the bank.

Keywords: loan service, SME Bank

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ : กรณีศึกษาธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นอย่างดีได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาของท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุสุมา คำพิทักษ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนข้อเสนอแนะอันมีคุณค่าและเป็นประโยชน์ และตรวจทานแก้ไขจนการค้นคว้าเสร็จสมบูรณ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการในการสอบ อาจารย์ธัญวรัตน์ สุวรรณะ ซึ่งได้สละเวลามาเป็นกรรมการในการสอบ พร้อมทั้งชี้แนะถึงข้อบกพร่อง เพื่อให้การค้นคว้าวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ทักษะ ความรู้ มุมมองแนวคิดที่กว้างขึ้น ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจและช่วยสนับสนุนในทุกด้านมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อน ๆ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป รุ่น MGX 54 ที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด ขอขอบคุณลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ซึ่งบุคคลที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ทำให้การศึกษาในระดับปริญญาโทนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบเพื่อบูชา พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	3
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	4
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพบริการ.....	12
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ.....	12
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix).....	14
2.6 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรธุรกิจ.....	14
2.7 แนวคิดและทฤษฎี Five Forces (แรงผลักดันทั้ง 5).....	15
2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร.....	17
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย	25
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	29
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
4.1 ผลการวิเคราะห์	31
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	79
5.1 สรุปผลการวิจัย	79
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	81
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	83
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	83
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	87
ประวัติผู้เขียน	96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนและสัดส่วนจำนวนลูกค้าของธนาคาร.....	26
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ.....	34
4.3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ.....	36
4.4 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร.....	40
4.5 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้าจำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....	41
4.6 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....	42
4.7 ภาพรวมการเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้า จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	45
4.8 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	46
4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	48
4.10 ภาพรวมการเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลา.....	51
4.11 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า จำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน).....	52
4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน).....	54
4.13 ภาพรวมการเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า จำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน).....	56
4.14 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ.....	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ.....	59
4.16 ภาพรวมการเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า จำแนกตามลักษณะธุรกิจ.....	62
4.17 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้า จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ.....	63
4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ.....	65
4.19 ภาพรวมการเปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ.....	67
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อม กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้าโดยรวม.....	69
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อม กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ แบบรายด้าน.....	69
4.22 แสดงสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
4.23 แสดงสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม เป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ.....	72
4.24 แสดงสรุปผลข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อ.....	73
4.25 แสดงสรุปผลข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อในภาพรวมทุกด้าน.....	75
4.26 สรุปผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคล.....	76
4.27 สรุปผลการทดสอบปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการสินเชื่อ.....	78

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2.1 แสดงภาพกระบวนการตัดสินใจ	13
2.2 แสดงภาพผลลัพธ์ก้นห้าประการที่วัดความน่าดึงดูดใจของธุรกิจ	17



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ช่วงเวลาที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ตั้งแต่วิกฤติการณ์แฮมเบอร์เกอร์ สหรัฐอเมริกา ค่าเงินบาทที่แข็งค่า เหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมือง ภัยพิบัติทางธรรมชาติ มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในปี 2554 ที่ส่งผลกระทบต่อและสร้างความเสียหายไปเกือบทุกพื้นที่ ทุกภาคส่วน รวมถึงผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องเผชิญกับความสูญเสียทั้งทรัพย์สิน และโอกาสทางธุรกิจ เป็นมูลค่านับแสนล้านบาท อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อปัญหาการว่างงาน การส่งออก การท่องเที่ยว การลดกำลังการผลิตในภาคอุตสาหกรรม และทำให้เศรษฐกิจไทยเข้าสู่ภาวะถดถอย ภาคธุรกิจมีแนวโน้มชะลอตัวจากสภาพคล่องทางการเงินที่อ่อนแอลง เกิดการชะลอการปล่อยสินเชื่อในระบบ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเติบโตในอัตราที่ลดลง เหลือเพียงร้อยละ 0.1 ซึ่งต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 4.5 (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2554 : 49) ภาครัฐได้มอบหมายสถาบันการเงินเฉพาะกิจ เข้ามาช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการเข้ามาปล่อยสินเชื่อ เพื่อทดแทนสินเชื่อในระบบที่หดตัวลง จนกระทั่งเศรษฐกิจพลิกฟื้น นวัตกรรม และธนาคารพาณิชย์ก็กลับมาปล่อยสินเชื่อตามปกติ ซึ่งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ที่รับผิดชอบดูแลผู้ประกอบการ SMEs จึงได้เข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุนผ่านโครงการสินเชื่อต่าง ๆ ของธนาคาร

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ชพว. หรือ SME Bank) ได้เปลี่ยนสถานะจากบริษัทอุตสาหกรรมขนาดย่อม หรือ บอย . มาเป็นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง และ กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งได้ร่วมกันยกร่าง พระราชบัญญัติ (พรบ.) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม ปี พ.ศ. 2545 จึงถือว่าเป็นวันสถาปนาก่อตั้งธนาคาร ธนาคารฯ เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่มีได้มีจุดมุ่งหมายในการแสวงหากำไรเป็นหลัก แต่มี วัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจอันเป็นการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และสนับสนุนการจัดตั้ง การดำเนินงาน การขยาย และ หรือการปรับปรุงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยการให้สินเชื่อ การค้าประกัน การร่วมลงทุน การให้คำปรึกษาแนะนำ หรือให้บริการซึ่งจำเป็นอื่น เพื่อให้ครบวงจรบริการธุรกรรม

ทางการเงินให้ครอบคลุมในการให้บริการแก่ลูกค้าตามบทบัญญัติแห่งพรบ .ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2545 โดยมุ่งมั่นพยายามจะผลักดันระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเพื่อให้มีความเข้มแข็ง เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้การบริหารกิจการและสังคมที่ดี (Good Corporate Governance) รวมถึงยึดหลักปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณของธนาคาร นอกจากนี้ยังช่วยลูกค้า หรือผู้ประกอบการ SMEs ด้านการยกระดับราคาสินค้า การช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และเพิ่มโอกาส ทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมผลักดันให้ SMEs มีความแข็งแกร่ง มีความพร้อมต่อการเปิดประตูการค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะเมื่อมีการเปิดเขตการค้าเสรีและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC)

เนื่องจากยุทธศาสตร์หลักของธนาคารฯ ในปัจจุบันมีแผนมุ่งไปที่การขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ให้ตรงกับนโยบายตามแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินเฉพาะกิจ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาในฐานะพนักงาน ธพว. สาขาพระนครศรีอยุธยา สังกัดสำนักงานเขต 3 ซึ่งประกอบไปด้วย 8 สาขา มีสาขานขนาดเล็ก 6 สาขา ได้แก่ สาขาอ่างทอง สาขาสิงห์บุรี สาขาชัยนาท สาขาลพบุรี สาขาอุทัยธานี สาขาพิจิตร และสาขานขนาดใหญ่ 2 สาขา ได้แก่ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขาน นครสวรรค์ จึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ โดยศึกษาเฉพาะกรณีสาขานขนาดใหญ่ ในสังกัดสำนักงานเขต 3 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พัฒนาการให้บริการสินเชื่อประเภทต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า หรือผู้ประกอบการ SMEs โดยสามารถนำผลงานวิจัยจากมุมมองของลูกค้าหรือผู้ประกอบการ มาคิดค้นบริการใหม่ ๆ และเป็นการช่วยให้ธนาคารฯ มีฐานข้อมูลลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินการของธนาคาร มีผลกำไรเพิ่มขึ้นตามมาด้วย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินการ ขนาดของธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทวงเงินสินเชื่อ และปัจจัยสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล และการแข่งขันทางธุรกิจ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประกอบด้วย ด้านเงื่อนไขในการขอสินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านช่องทางในการขอสินเชื่อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านกระบวนการในการขอสินเชื่อ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรซึ่งใช้ในการศึกษานี้ คือลูกค้าที่ได้มาใช้บริการด้านสินเชื่อของ ธพว. กรณีศึกษาเฉพาะสาขาขนาดใหญ่ 2 สาขา ในสังกัดเขต 3 คือสาขาพระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ จ.นครสวรรค์ มีลูกค้าจำนวนทั้งสิ้น 1,612 ราย

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่ได้มาใช้บริการด้านสินเชื่อของ ธพว. โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 ราย

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2555 ถึงเดือน มกราคม 2556 รวมระยะเวลา 3 เดือน

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้นิยามศัพท์ ดังนี้

1. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
2. ลูกค้า หมายถึง ผู้มาใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร
3. สินเชื่อ หมายถึง เงินซึ่งสถาบันการเงินให้กู้ยืมแก่บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล โดยมีข้อสัญญาผูกพันที่ผู้ขอกู้จะต้องชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยให้กับผู้ให้กู้
4. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินการ ขนาดของธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทวงเงินสินเชื่อ
5. ปัจจัยสิ่งแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล และการแข่งขันทางธุรกิจ
6. ประเภทธุรกิจ หมายถึง กิจการที่ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการบริการ ธุรกิจการค้าส่ง และธุรกิจการค้าปลีก
7. ขนาดของธุรกิจ หมายถึง การกำหนดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากมูลค่าของสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจไม่รวมมูลค่าที่ดิน
 - 7.1 ธุรกิจการผลิต ที่มีขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 200 ล้านบาท และขนาดย่อมมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - 7.2 ธุรกิจการบริการ ที่มีขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 200 ล้านบาท และขนาดย่อมมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท
 - 7.3 ธุรกิจการค้าส่ง ที่มีขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 100 ล้านบาท และขนาดย่อมมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 25 ล้านบาท
 - 7.4 ธุรกิจการค้าปลีก ที่มีขนาดกลางมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 30 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 60 ล้านบาท และขนาดย่อมมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 30 ล้านบาท
8. ระยะเวลาดำเนินการ หมายถึง จำนวนระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน
9. ลักษณะธุรกิจ หมายถึง การแยกลักษณะของเจ้าของธุรกิจ ได้แก่
 - 9.1 ธุรกิจเจ้าของคนเดียว (Single proprietorship) เป็นการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก มีเจ้าของคนเดียว ซึ่งบริหารงานเองทั้งหมด
 - 9.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญ (Ordinary partnership) เป็นการประกอบ กิจการที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมลงทุนกันจัดตั้งขึ้น โดยผู้ถือหุ้นทุกคนต้องรับผิดชอบในหนี้สิน ที่มีทั้งหมดโดย

ไม่จำกัดจำนวน การก่อตั้งนั้นอาจจะจดทะเบียนหรือไม่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็ได้ ถ้าจดทะเบียนก็จะกลายเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

9.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited partnership) เป็นการประกอบกิจการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมลงทุนกันจัดตั้งขึ้น และมีภาระจดทะเบียนการก่อตั้ง เป็นนิติบุคคล โดยมีทั้งผู้ถือหุ้นจำกัดความรับผิดชอบและไม่จำกัดความรับผิดชอบ

9.4 บริษัทจำกัด (Corporation) เป็นการประกอบกิจการที่มีบุคคลตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปร่วมลงทุนกัน ก่อตั้งขึ้น โดยผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะรับผิดชอบในหนี้สินจำกัดไม่เกินมูลค่าที่ตนถืออยู่ เฉพาะส่วนที่ยังชำระ มูลค่าหุ้นไม่ครบเท่านั้น ซึ่งบุคคลที่ทำงานในบริษัทไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ถือหุ้น การก่อตั้งต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคล และเมื่อตั้งขึ้นแล้วจะมีอายุยืนนาน การเลิก สัมกิจการต้องเป็นไปตามเงื่อนไขข้อตกลงหรือโดยผลแห่งตัวบทกฎหมายเท่านั้น

10. ประเภทวงเงินสินเชื่อ หมายถึง การจำแนกประเภทของการขอวงเงินสินเชื่อ

10.1 สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป เป็นสินเชื่อที่เป็นนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนเงินทุนให้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามประกาศกฎกระทรวง กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2545 การพิจารณาสินเชื่ออยู่ภายใต้เกณฑ์ที่ธนาคารยอมรับได้รวมถึงการกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามความเสี่ยง และความเพียงพอของหลักประกัน

10.2 สินเชื่อยุทธศาสตร์ เป็นสินเชื่อที่ตอบรับนโยบายของรัฐบาล ตอบรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะธุรกิจบางกลุ่มที่เป็นยุทธศาสตร์เป้าหมาย การพิจารณาสินเชื่ออยู่ภายใต้เกณฑ์ที่ธนาคารยอมรับได้ โดยให้อำนาจกรรมการผู้จัดการธนาคาร เป็นผู้พิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ยได้ ไม่ต่ำกว่า CRR-1% (Credit Risk Rating) คือ การประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกค้านในสถาบันการเงิน)

10.3 สินเชื่อโครงการพิเศษ เป็นสินเชื่อที่เข้าร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่อยู่ในภาวะทางการเงิน ไม่แข็งแกร่ง ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เพียงพอ หรือไม่มีหลักทรัพย์เลย แต่มีการดำเนินโครงการที่มีศักยภาพ จึงผ่อนปรนในเงื่อนไขหลักประกัน และอัตราดอกเบี้ย ให้กับผู้ประกอบการ เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียน และมีต้นทุนต่ำในการดำเนินงาน

10.4 สินเชื่อนโยบาย เป็นสินเชื่อที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้น เพื่อช่วยเหลือแก้ไข บรรเทาเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของประเทศ เป็นสินเชื่อที่มีความเสี่ยงสูงสุด ซึ่งกระทรวงการคลังจะพิจารณาชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ธนาคารในเรื่องอัตราดอกเบี้ย ตามความเหมาะสม โดยได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี

11. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ หมายถึง การให้บริการด้านสินเชื่อตรงตามความต้องการของลูกค้า วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลาการผ่อนชำระ จำนวนเงินผ่อนชำระ และการค้ำประกัน

12. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม หมายถึง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม อัตราดอกเบี้ยผิดนัด (ดอกเบี้ยปรับ) อัตราดอกเบี้ยชำระคืนเงินต้นก่อนกำหนด ค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้สินเชื่อ ค่าธรรมเนียมการค้ำประกันกับบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

13. ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ หมายถึง ช่องทางที่ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงหรือเข้ารับบริการสินเชื่อของธนาคารได้ เช่น การขอรับบริการสินเชื่อกับสาขาที่อยู่ใกล้ การขอรับบริการสินเชื่อกับสาขาที่มีผู้รู้จักแนะนำ การขอรับบริการสินเชื่อจากการจัดงานมหกรรมต่างๆ ของธนาคาร (งาน Event)

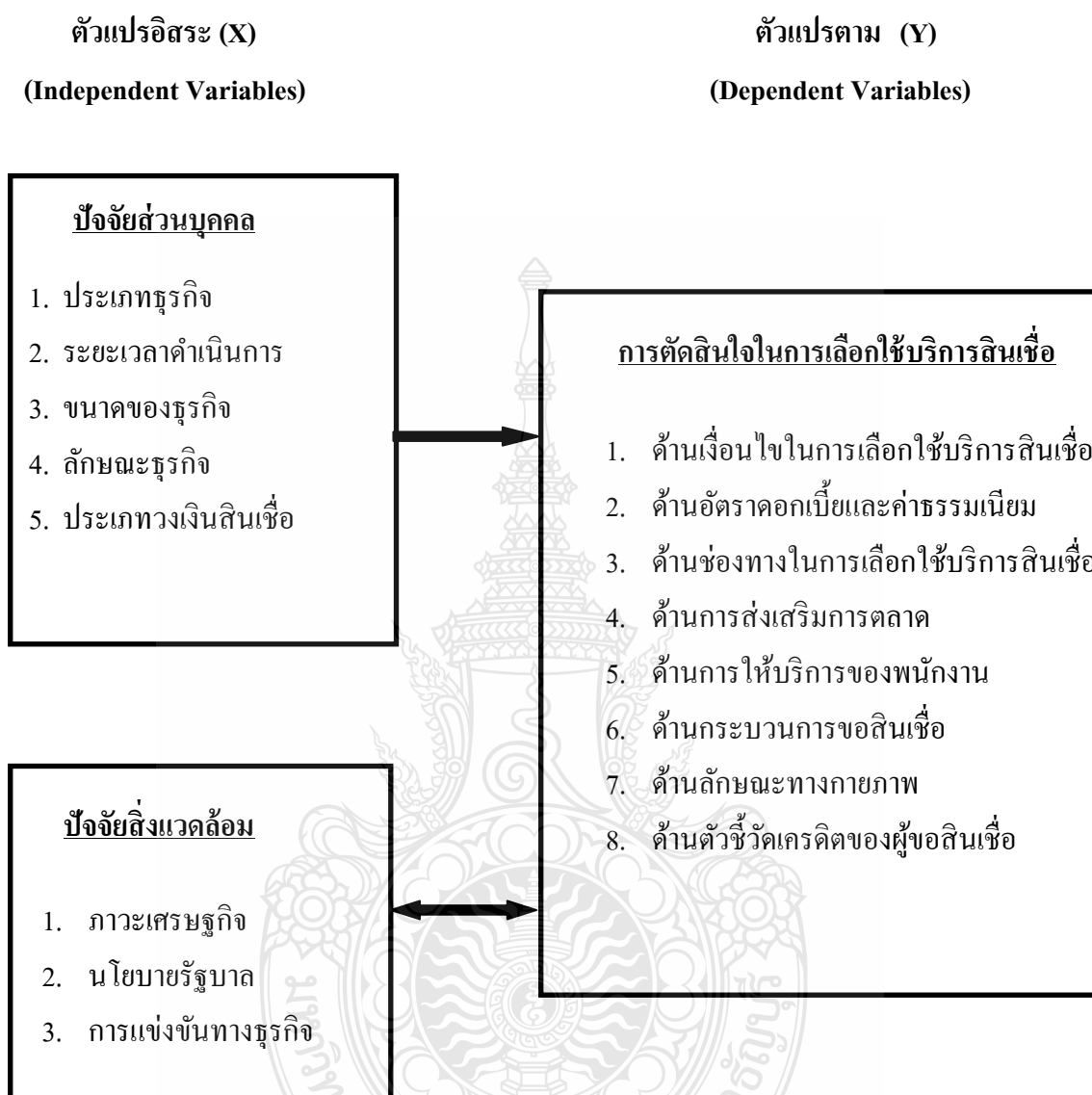
14. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ การออกเดินตลาดและออกบูธในพื้นที่ต่างๆ การจัดฝึกอบรม สัมมนาแก่ลูกค้า หรือผู้ประกอบการ

15. ด้านการให้บริการของพนักงาน หมายถึง พนักงานเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ พนักงานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ ของสาขา มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรู้ ให้คำปรึกษา อธิบาย แนะนำบริการสินเชื่อได้เป็นอย่างดี มีความเสมอภาคในการให้บริการ มีความกระตือรือร้น มีบุคลิกดี แต่งกายสุภาพ

16. ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ หมายถึง ขั้นตอนในการยื่นเอกสาร ขั้นตอนตรวจเครดิตบูโรขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อ การได้รับความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ ระยะเวลาการพิจารณาการให้สินเชื่อ ขั้นตอนในการทำนิติกรรมสัญญา ขั้นตอนการเบิกจ่ายเงิน

17. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง อาคารสถานที่ สำนักงานที่ทำการสาขา สะอาด เป็นระเบียบ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น เครื่องทำน้ำเย็น โทรทัศน์ วารสาร หนังสือพิมพ์ สถานที่รองรับลูกค้ามาติดต่อเพียงพอ มีที่จอดรถ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และข้อเสนอแนะเพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านสินเชื่อ

2. ผู้บริหาร หรือผู้ที่สนใจทั่วไปสามารถนำข้อมูล และผลจากการทำวิจัย ไปวางแผนการปฏิบัติงานการให้บริการสินเชื่อต่อไปในอนาคต หรือประกอบการค้นคว้าวิจัยที่เกี่ยวข้อง



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อของธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้ ได้อาศัยแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- แนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ
- แนวคิดเกี่ยวกับบริการและลักษณะของการบริการ
- แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพบริการ
- แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ
- ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจ
- แนวคิดและทฤษฎี Five Forces (แรงกดดันทั้ง 5)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ

กฤษฎา สังขมณี (อ้างถึงใน โชคชัย รวมทวี, 2552 : 14) สินเชื่อมีความหมายคล้ายเงินตรา เพื่อใช้เป็นตัวแทนมูลค่าสิ่งของที่ซื้อหาแลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยมีสมมติฐานว่า เมื่อฝ่ายหนึ่ง ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งก็คือลูกหนี้ ผู้ส่งมอบหรือเจ้าหนี้ย่อมคาดหวังว่า ลูกหนี้จะ ปฏิบัติตามข้อตกลงต่อกันว่าจะชำระราคาให้ตามวัน เวลา และจำนวนตามที่ได้ตกลงกัน ซึ่งต้อง พิจารณาว่าลูกหนี้จะมีความสามารถจากการประกอบอาชีพเพื่อนำ เงินมาชำระหนี้และมีความซื่อสัตย์ ต่อกัน ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อมีความเสี่ยงจึงต้องมีการเรียกผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม รวมถึงหลักประกันสินเชื่อ หมายถึง การได้มาซึ่งค้ำประกันสัญญาหรือข้อผูกพัน นั้นเกิดจากความ ไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้นำสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อนโดยมีสัญญากำหนด เงื่อนไขและเงื่อนไขการชำระคืนในอนาคตและอธิบายรากศัพท์คำว่า สินเชื่อ (Credit) นั้นมีที่มาจาก ภาษาลาติน คือ คำว่า Cruder ที่มีความหมายว่า ไว้วางใจ (To trust หรือ To believe) ที่เจ้าหนี้มีต่อ ลูกหนี้ และได้อธิบายถึงความหมายของสินเชื่อไว้ ดังนี้

1. ในด้านการค้าขาย สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือที่ผู้ขายมีต่อผู้ซื้อและยอมมอบสินค้าหรือบริการให้ไปก่อนโดยคาดว่าจะได้ชำระคืนในวันข้างหน้า ตามที่ตกลงกันไว้ระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย ซึ่งก่อให้เกิดภาวะความเป็นเจ้าหนี้และลูกหนี้ตามมา

2. ในด้านของผู้บริโภค สินเชื่อ หมายถึง ความสามารถที่จะได้นำสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยตกลงว่าจะนำเงินมาชำระค่าสินค้าหรือบริการในวันข้างหน้า

3. ในด้านของสถาบันการเงิน สินเชื่อ หมายถึง บริการชนิดหนึ่งของสถาบันการเงินที่ก่อให้เกิดรายได้หลักแก่สถาบันการเงิน และมีความสำคัญที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบธุรกิจของประชาชนในประเทศ

จากความหมายดังกล่าว โดยสรุปกล่าวได้ว่า สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือและไว้วางใจกันของบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้นำสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและระยะเวลาในการชำระคืนในอนาคต และในความหมายของธนาคารคือการให้บริการยืมเงินไปใช้ก่อนฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้ให้กู้ หรือผู้ให้สินเชื่อ (Creditor) และอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้กู้ หรือผู้ขอสินเชื่อ (Debtor) เมื่อผู้ขอสินเชื่อ ได้รับบริการสินเชื่อแล้ว ผู้ขอสินเชื่อต้องจ่ายผลตอบแทน เรียกว่าดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม ให้แก่ผู้ให้สินเชื่อในอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ กรณีที่ชำระไม่ตรงตามเงื่อนไขสัญญา ต้องเสียค่าธรรมเนียมค่าปรับให้กับผู้ให้สินเชื่อ (ธนาคาร) ซึ่งจะไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และในกรณีที่เห็นว่าการให้บริการสินเชื่อมีความเสี่ยง ผู้ขอสินเชื่อ ต้องนำทรัพย์สิน หรือบุคคลที่ธนาคารเชื่อถือเข้าค้ำประกันการใช้บริการสินเชื่อด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ (Service)

Kotler & Keller (2006 : 372 อ้างถึงใน รัชญารัตน บุญตอ, 2552 : 20) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ หรือการปฏิบัติการของคณะบุคคลหนึ่งที่สามารถนำเสนอไปยังบุคคลอื่น ถือว่าเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ รวมทั้งไม่สามารถครอบครองได้ และกระบวนการผลิต ไม่จำเป็นต้องผูกมัดตัวผลิตภัณฑ์

Heizer & Render (2006 : 10 อ้างถึงใน รัชญารัตน บุญตอ , 2552 : 20) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน เช่น การประกัน การซ่อมบำรุงรักษา การศึกษา และความบันเทิง เป็นต้น

Etzel Walker & Stanton (1997 : 515 อ้างถึงใน รัชญารัตน บุญตอ , 2552 : 20) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการทำหน้าที่

ตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านช่องทางการทำธุรกรรมที่จัดทำไว้ ทั้งนี้การบริการยังรวมถึงงานที่มีส่วนสนับสนุนการขายสินค้าและบริการอื่น ๆ ด้วย

วรวิทย์ จารุจินดา (2540 : 2-3 อ้างถึงใน จิรพร นิรมิตเกียรติพันธ์ , 2550 : 8) กล่าวว่า การบริการ โดยเฉพาะ “ผู้ให้บริการ” หรือ “พนักงานธนาคาร” นั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทำงานและรู้ถึงพฤติกรรมของลูกค้าของธนาคารเป็นอย่างดีด้วย

จากความหมายดังกล่าว ข้างต้น โดยสรุปกล่าวได้ว่า การบริการ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ของบุคคลอื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการจะต้องได้รับความประทับใจ และ ชื่นชมในองค์กร ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย และความสำเร็จในงานเกือบทุกงานนั้นมักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะของการบริการ (Characteristics of services)

คุณลักษณะสำคัญของการบริการมี 4 ประการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543 : 338-339)

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) การบริการมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ซึ่งมีตัวตนไม่สามารถมองเห็นได้ ไม่รู้รสชาติ ไม่รู้สึก ไม่ได้ยินเสียง ไม่มีกลิ่น ก่อนการซื้อบริการได้ เพื่อลดความไม่แน่นอน ผู้ซื้อสามารถดูหลักฐานที่แสดงคุณภาพของบริการจากสถานที่ บุคคล เครื่องมือวัสดุ ราคาสัญลักษณ์ที่ผู้ซื้อจะเห็นได้ ยกตัวอย่างเช่น ธนาคาร จะใช้การวางตำแหน่งให้ลูกค้ามองเห็นโดยใช้เครื่องมือทางการตลาด ดังนี้

- 1.1 สถานที่ มีตัวอาคารสำนักงานและสิ่งประกอบที่แสดงถึงความเป็นธนาคาร
- 1.2 บุคคล มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ
- 1.3 เครื่องมือ มีเครื่องมือเครื่องใช้พร้อมสำหรับงานทุกอย่าง
- 1.4 วัสดุสำหรับสื่อสาร วัสดุในการสื่อสารธนาคาร ต้องแนะนำว่าธนาคารมี

ประสิทธิภาพ

- 1.5 สัญลักษณ์ เลือกใช้สัญลักษณ์ที่แสดงถึง หรือบอกถึงความรวดเร็ว
- 1.6 ราคา โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงผลที่ลูกค้าจะได้รับว่าคุ้มค่า

2. ความแยกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการเป็นการผลิตและบริการในเวลาเดียวกัน พร้อม ๆ กัน การบริการจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามาแสดงตัวขอรับบริการ อาจเกิดแบบตัวต่อตัว และขยายบริการสู่กลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากได้

3. มีความแตกต่างกัน (Variability) ลักษณะของการบริการมีความไม่แน่นอนสูง เนื่องจากขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ เมื่อใด ที่ไหน จึงมักสอบถามกับบุคคลอื่นก่อนการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ

4. การเสื่อมสูญง่าย (Perishability) การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ เหมือนกับผลิตภัณฑ์ซึ่งมีตัวตน ถ้าอุปสงค์มีความสม่ำเสมอ ก็สามารถขายบริการคนอื่นแทนได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพบริการ

Parasuraman and et. Al., (อ้างถึงใน Kotler, 2003 : ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ , แปลและเรียบเรียง, 2547 : 592) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญในการกำหนดคุณภาพบริการมีอยู่ 5 ชนิด ได้แก่

1. ความเชื่อถือได้ในการบริการ (Reliability) การให้บริการตามพันธะสัญญาที่ได้ให้ไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง สม่าเสมอและไว้วางใจได้ ตั้งแต่ครั้งแรกที่มาใช้บริการ

2. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความตั้งใจ และเต็มใจ พร้อมเสมอที่จะช่วยเหลือและให้บริการกับลูกค้าอย่างรวดเร็วล้นพ้นทันที

3. การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ

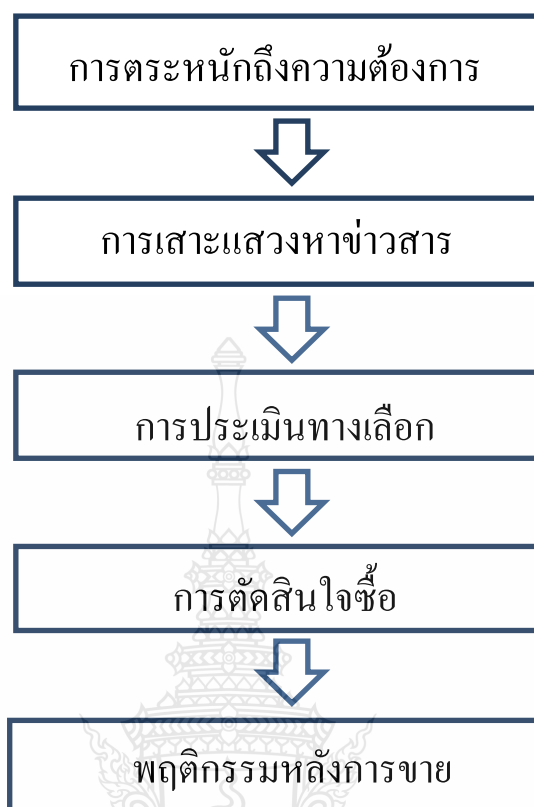
4. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การให้ความสนใจ เอาใจใส่ดูแล ความเป็นมิตรต่อลูกค้าแต่ละคน ซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน

5. สิ่งที่จับต้องได้ หรือความเป็นรูปธรรม (Tangibles) สิ่งต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกทางกายภาพ ที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ สัมผัสได้ เช่น บุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ เครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์

ปัจจัยสำคัญในการกำหนดคุณภาพบริการนี้ ถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์กำหนดในการประเมินคุณภาพการบริการ และใช้ในการวัดคุณภาพการบริการในธุรกิจต่าง ๆ มากมาย เพื่อที่จะได้ทราบถึงมุมมองการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า และสามารถนำไป ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการและความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 อ้างถึงใน พิภพ วงษานันท์ , 2553 : 14-15) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน



ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 อ้างถึงใน พิกพ วรสานันท์, 2553 : 14-15)

1. การตระหนักถึงความต้องการ เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ ตระหนัก ถึงปัญหาและความต้องการของผู้ซื้อ ความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากภายในหรือภายนอก ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงผลักดัน
2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นจะทำการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการนั้นได้จากหลายแหล่ง เช่น แหล่งข่าวสารบุคคล แหล่งพาณิชย์ เช่น โฆษณา พนักงานขาย การแสดงสินค้า แหล่งสาธารณะ เช่น สื่อมวลชน องค์กรเพื่อผู้บริโภค แหล่งที่เกิดจากความชำนาญ เช่น การใช้บริการ การตรวจสินค้า
3. การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคนำข่าวสารที่ได้มาพิจารณาตัดสินใจประเมินทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อที่ชอบ และพอใจที่สุด
5. พฤติกรรมหลังการขาย ต้องมีการบริการหลังการขายที่ดี และบริการอย่างดี จากแนวคิดที่นำมากล่าวอ้าง เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ คือทำให้ทราบว่า การตัดสินใจเข้ามาขอใช้บริการสินค้าของลูกค้า นั้น จะประกอบไปด้วยกระบวนการอะไรบ้าง

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดนั้น หมายถึง ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างดีที่สุดในด้านสินค้าและบริการ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543 : 35-36) ที่กล่าวถึง แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งจะได้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix' 7Ps) มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งใด ๆ ที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าจะได้รับประโยชน์และคุณค่าจากผลิตภัณฑ์นั้น แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ผลิตภัณฑ์ซึ่งจับต้องได้ หรือมีตัวตน และผลิตภัณฑ์ซึ่งจับต้องไม่ได้ หรือไม่มีตัวตน
2. ด้านราคา (Price) เป็นคุณค่าหรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน การกำหนดราคาควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่ใช้เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือบริการไปสู่ตลาด ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอสินค้าหรือบริการให้ แก่ลูกค้า (Channels)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือซึ่งสำคัญในการติดต่อและสื่อสารระหว่างผู้ขอใช้บริการและผู้ขาย เพื่อสร้างหรือจูงใจให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติในการใช้บริการ เครื่องมือที่สำคัญได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ข่าว แนะนำบริการโดยบุคลากร
5. ด้านบุคลากร (People) คือพนักงานผู้ให้บริการ ต้องอาศัยซึ่งการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ โดยแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง พนักงานจึงต้องมีความสามารถ ทัศนคติ ความคิดริเริ่ม และการแก้ไขปัญหาที่ดี
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เช่น แต่งกายสะอาดเรียบร้อย สุภาพ อ่อนโยน ให้บริการที่รวดเร็ว และหรือผลประโยชน์อื่น ซึ่งลูกค้าควรได้รับ
7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการปฏิบัติงานที่มอบให้กับลูกค้า ในการบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเกิดความประทับใจ

2.6 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อขององค์กรธุรกิจ

Kotler, 2003 (อ้างถึงใน ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, แปลและเรียบเรียง, 2547 : 296-300) กล่าวว่า มีปัจจัยต่าง ๆ มากมายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่เป็นองค์กรธุรกิจ

ข้อเสนอในการขายของผู้ขายแต่ละรายนั้นก็มีความแตกต่างกัน จึงทำให้องค์กรธุรกิจมักจะตัดสินใจเลือกโดยอาศัยปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ในการเลือกที่คุ้มค่าและได้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งมีอยู่ 4 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors)

สถานการณ์สิ่งแวดล้อม อยู่ภายใต้หลักการทางเศรษฐศาสตร์ เช่น ระดับความต้องการซื้อ (Level of Demand) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ภาวะเศรษฐกิจ (Economic Outlook) อัตราการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Rate of Technological Change) การพัฒนาการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory Development) การพัฒนาการแข่งขัน (Competitive Development) เป็นต้น ลูกค้านี่เป็นองค์กรธุรกิจจึงต้องติดตามข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ ทั้งข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยี การเมือง การพัฒนาของบริษัทคู่แข่ง เพราะสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อองค์กรธุรกิจทั้งสิ้น

2. ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational Factors)

ในแต่ละองค์กรธุรกิจมีลักษณะการซื้อที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ (Objective) นโยบาย (Policies) กระบวนการขั้นตอน (Procedures) โครงสร้างขององค์กร (Organizational) ระบบ (Systems) เป็นต้น จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

3. ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal Factors)

ลูกค้ามีการรับรู้ และความสนใจที่แตกต่างกัน ในเรื่องของ ความสนใจ (Interests) อำนาจ (Authority) สถานะ (Status) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การชักชวน (Persuasiveness) วัฒนธรรม (Culture)

4. ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual Factors)

ได้แก่ อายุ (Age) รายได้ (Income) การศึกษา (Education) ตำแหน่งงาน (Job Position) บุคลิกภาพ (Personality) ความเสี่ยง (Risk Attitudes)

2.7 แนวคิดและทฤษฎี Five Forces (แรงกดดันทั้ง 5)

Kotler, 2003 (Michael E. Porter, อ้างถึงใน ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ , แปลและเรียบเรียง, 2547 : 314-331) การแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันนับวันจะทวีความรุนแรง ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ก็เพื่อให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอดและเป็นผู้นำ หากมองในแง่ดี การแข่งขันล้วนก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรง ทั้งในเรื่องของรายได้ และผลประโยชน์ประกอบ การ แต่หากมองในแง่ร้าย การแข่งขันอย่างรุนแรง ไม่เพียงจะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กถูกตัด

ตอน หากแต่ยังถูกลบเลือนหายไปอีกด้วย ยิ่งถ้าองค์กรธุรกิจนั้น ไม่มีเงินทุนเพียงพอ จะ ทำให้ล้มหายตายจากไปจากธุรกิจได้ง่าย องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องหันมามองคู่แข่งของตน และวิเคราะห์สถานะการแข่งขันจากพลังผลักดันทางการแข่งขัน (Competitive Forces) Michael E. Porter ได้กล่าวไว้ว่า สถานะการแข่งขันในธุรกิจใด ๆ ก็ตามจะถูกกำหนดด้วยแรงทั้ง 5 ได้แก่

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน (Threat of intense segment rivalry)

การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในธุรกิจเดียวกัน จะทำให้ทราบได้อย่างชัดเจนว่าการแข่งขันมีความรุนแรงแค่ไหน และจะ ลดความรุนแรงของการแข่งขันให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ต้องวิเคราะห์ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และการเติบโตของตลาด

2. ภัยจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new entrants)

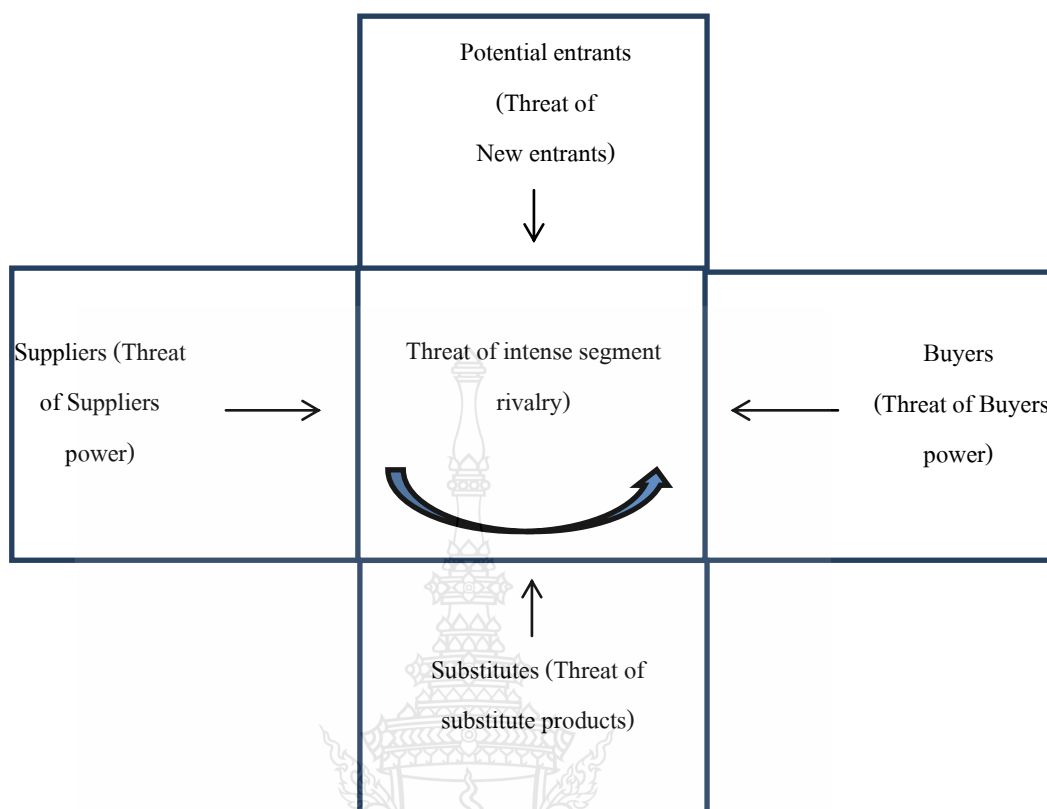
ความน่าสนใจ และดึงดูดใจขึ้นอยู่กับ ความยาก ง่ายของการเข้าออกจากธุรกิจ ถ้าดึงดูดใจมาก การกีดกันคู่แข่งรายใหม่ก็จะมีอยู่มากและการจะออกไปจากธุรกิจก็จะทำได้ง่ายทำให้มีคู่แข่งน้อยรายที่จะได้เข้ามา และถ้าอ่อนแอ ก็ต้องถอนตัวออกไป เมื่อมีอุปสรรคในการเข้ามาสูง การทำกำไรก็จะสูง

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products)

หากคู่แข่งมีการพัฒนาสินค้าทดแทนที่ทำให้มีคุณค่าดีกว่า มีศักยภาพมากกว่า จะทำให้เกิดการแข่งขัน Demand ข้ามตลาด จะส่งผลให้ราคา และกำไรของธุรกิจตกต่ำ

4. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Threat of buyer's growing bargaining power) ธุรกิจไม่ดึงดูดใจผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น นั่นคือสินค้าไม่มีความแตกต่าง จึงไม่มีการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ทำให้ไม่สามารถทำกำไรได้มาก ผู้ขายควรเลือกผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองน้อยที่สุด

5. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของ Suppliers (Threat of suppliers growing bargaining power) ถ้าอำนาจต่อรองสูง ต้นทุนของสินค้าจะไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้มีภาระต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง



ภาพที่ 2.2 พลังผลักดันห้าประการที่วัดความน่าดึงดูดใจของธุรกิจ

ที่มา : Kotler, 2003 (Michael E. Porter, อ้างถึงใน ชนวนรณ แสงสุวรรณ และคณะ, แปลและเรียบเรียง, (2547 : 315)

2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ชพว.) ประวัติความเป็นมา

ปี พ.ศ. 2507 คณะรัฐมนตรี ได้ให้ความเห็นชอบโครงการเงินกู้เพื่อส่งเสริม อุตสาหกรรมขนาดย่อมตามที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติเสนอ และได้มีการจัดตั้งสำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อมขึ้นเป็นหน่วยงาน ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนทางการเงิน แก่กิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อม และในเวลา ถัดมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม (สธอ.) เนื่องจาก สธอ. มีฐานะเป็นหน่วยงานราชการในการดำเนินงาน จึงได้มีข้อจำกัดในเรื่องแหล่งเงินทุนที่จะใช้ต้องอาศัย งบประมาณแผ่นดินเพียงแหล่งเดียว การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถือหลักปฏิบัติเช่นเดียวกับหน่วยงานราชการทั่ว ๆ ไปทำให้ขาดความคล่องตัวในการดำเนินงาน

ปี พ.ศ. 2534 รัฐบาลได้ตราพร.บ.บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมและปรับสถานะของ สชอ.เป็น บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) มีฐานะเป็นนิติบุคคล และมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 300 ล้านบาท และให้ บอย. สามารถระดมเงินทุนและเงินกู้ได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

ปี พ.ศ. 2543 รัฐบาลมีนโยบายให้ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) เป็นตัวขับเคลื่อน สำคัญในการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจ บอย. และได้รับการเพิ่มเงินทุนจากกระทรวงการคลัง อีก 2,500 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2545 มีพรบ.ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ.2545 ได้ปรับสถานะของ บอย. เป็น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือเรียกว่า ธพว. หรือ SME BANK) ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังและกระทรวงอุตสาหกรรมเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ซึ่งวัตถุประสงค์ “เพื่อประกอบธุรกิจอันเป็นการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และสนับสนุนการจัดตั้ง การดำเนินงาน การขยาย หรือการปรับปรุงวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม โดยการให้สินเชื่อค้ำประกัน ร่วมลงทุนให้คำปรึกษาแนะนำหรือให้บริการที่จำเป็นอื่นตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้”

ปี พ.ศ. 2547 กระทรวงการคลังเพิ่ม เงินทุน 2,000 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 4,800 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2548 กระทรวงการคลังเพิ่ม เงินทุน 2,500 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 7,300 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2550 กระทรวงการคลังเพิ่ม เงินทุน 1,200 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 8,500 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2551 กระทรวงการคลังเพิ่ม เงินทุน 600 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 9,100 ล้านบาท

ปี พ.ศ. 2552 กระทรวงการคลังเพิ่ม เงินทุน 2,500 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 11,600 ล้านบาท

วิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคารฯ

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาของรัฐที่ช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ไทย”

พันธกิจ (Mission)

1. สนับสนุนนโยบายภาครัฐในการให้ความช่วยเหลือและส่งเสริม SMEs ไทย
2. ให้บริการทางด้านการเงินและบริการอื่น ๆ ที่ ช่วยตอบสนองความต้องการของ SMEs ไทย
3. ส่งเสริมและพัฒนา SMEs ไทยให้มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับโลก
4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบบริหารจัดการในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล

นิยาม SMEs

ประเภท ธุรกิจ	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง	
	จำนวนการ จ้างงาน	มูลค่า สินทรัพย์ถาวร	จำนวน การจ้างงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ธุรกิจผลิต สินค้า	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	เกินกว่า 50 คน แต่ต้องไม่เกิน 200 คน	เกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 200 ล้านบาท
ธุรกิจ ให้บริการ	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	เกินกว่า 50 คน แต่ต้องไม่เกิน 200 คน	เกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 200 ล้านบาท
ธุรกิจ ค้าส่ง	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 25 ล้านบาท	เกินกว่า 25 คน แต่ต้องไม่เกิน 50 คน	เกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 100 ล้านบาท
ธุรกิจ ค้าปลีก	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 30 ล้านบาท	เกินกว่า 15 คน แต่ต้องไม่เกิน 30 คน	เกินกว่า 30 ล้านบาท แต่ต้องไม่เกิน 60 ล้านบาท

มูลค่าสินทรัพย์ถาวร : จะพิจารณาจาก

ก. มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ ซึ่งไม่รวมที่ดิน ตามที่ปรากฏในงบการเงินล่าสุดของกิจการที่ได้จัดทำขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยหลักการบัญชี

ข. มูลค่าสินทรัพย์ถาวรซึ่งไม่รวมที่ดิน ตามที่ได้รับการประเมินจากสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่น่าเชื่อถือ

ในกรณีที่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิตาม ก. และ ข. นั้นต่างกัน ให้ถือจำนวนที่น้อยกว่านั้นเป็นมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

ที่มา : รายงานประจำปี 2554 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

หลัก 5'C ในการประเมินเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ หรือ ตัวชี้วัดเครดิต

นอกจากข้อมูลของผู้ขอสินเชื่อในเครดิตบูโร ที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการให้สินเชื่อแล้ว ยังมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อ แบ่งออกเป็นข้อ ๆ เรียกกันว่า หลัก 5'C ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. อุปนิสัยของลูกค้า (Character)

อุปนิสัย หรือ วินัยในการใช้และการชำระสินเชื่อในอดีต เป็นปัจจัยอันดับแรกของการพิจารณาตัวผู้ขอสินเชื่อว่ามีวินัยทางการเงินดีหรือไม่ ตรงต่อเวลาในการชำระหนี้หรือไม่ และปฏิบัติตามข้อตกลงหรือเงื่อนไขเป็นอย่างดีหรือไม่

1. ความสามารถในการชำระหนี้ (Capacity)

ความสามารถในการจ่ายชำระหนี้คืนให้กับผู้ให้สินเชื่อ โดยดูจากรายได้ว่าเพียงพอกับการชำระหนี้หรือไม่ มีรายได้แน่นอนที่จะสามารถชำระหนี้ได้ตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ได้หรือไม่ แสดงถึงความมั่นคงของรายได้ซึ่งจะนำมาชำระหนี้ในอนาคต

2. เงินทุน (Capital)

สินทรัพย์ หรือ เงินทุน ของผู้ขอสินเชื่อ ธนาคารจะพิจารณาสินทรัพย์ หรือ เงินทุนนั้น ในขณะที่พิจารณาสินเชื่อ ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่แหล่งของเงินที่ธนาคารคาดหวังว่าจะได้รับชำระหนี้ แต่แหล่งเงินทุนนี้เป็นแหล่งเงินสำรองในการชำระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อ ในกรณีที่ปัญหาเกิดขึ้นกับรายได้ของผู้ขอสินเชื่อ

3. หลักประกัน (Collaterals)

หลักประกันที่เป็นทรัพย์สิน ที่ผู้ขอสินเชื่อจะนำมาจำนอง หรือจำนำ เพื่อให้ธนาคารมั่นใจ และเป็นการลดความเสี่ยงของธนาคาร ซึ่งถ้ามีความเสี่ยงน้อยหลักประกันก็น้อย ถ้ามีความเสี่ยงมาก หลักประกันก็มากเช่นกัน หากผู้ขอสินเชื่อไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด ก็จะสามารถนำทรัพย์สินนั้นมาขายทอดตลาดได้ตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้ และแม้ว่าหลักประกันจะมีความสำคัญ

แต่ก็มีกรให้สินเชื่อนิตที่ไม่มีหลักประกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของสินเชื่อของธนาคาร และการค้า
ประกันโดยบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

5. สถานการณ์ที่เป็นอยู่หรือแนวโน้ม (Condition)

เป็นปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ซึ่งมีผลกระทบต่อรายได้และ
ความสามารถในการชำระของผู้ขอสินเชื่อ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการพิจารณาสินเชื่อ
สำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่ภาคกลางตอนล่างเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างจาก
กรุงเทพมหานครทางถนนสายเอเชีย ประมาณ 35 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตาราง
กิโลเมตร หรือ 1,597,900 ไร่ นับว่าเป็นจังหวัดซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ และเป็น
อันดับที่ 11 ของภาคกลาง แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ท่าเรือ
บางไทร บางบาล บางปะหัน ผักไห่ นครหลวง ภาชี ลาดบัวหลวง เสนา วังน้อย บางซ้าย อุทัย
บ้านแพรก และมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีนิคมอุตสาหกรรม มอยู่ด้วยกัน 3 แห่ง ได้แก่ นิคม
อุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) และนิคมอุตสาหกรรมสหรับนคร
มีเขตประกอบการอุตสาหกรรมอยู่ด้วยกัน 2 แห่ง ได้แก่ เขตประกอบการอุตสาหกรรมแฟคเตอรี
แลนด์วังน้อย และเขตประกอบการอุตสาหกรรม บริษัทสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นับเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม การเดินทางมีความสะดวกทั้ง
ทางรถยนต์รถไฟ และเรือ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขา
พระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่เลขที่ 58/9-10 หมู่ที่ 1 ถ.โรจนะ ต.ธนู อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา
เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน ปีพ.ศ. 2545 ปัจจุบันมีจำนวนลูกค้าทั้งสิ้น 1,158 ราย วงเงิน
สินเชื่อรวมกว่า 1,031 ล้านบาท

และสำหรับจังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่าง หรือในภาคกลางตอนบน ห่าง
จากกรุงเทพมหานคร มาทางทิศเหนือ 237 กิโลเมตร โดยการเดินทางโดยรถยนต์ถนนสายเอเชีย และ
250 กิโลเมตร โดยการเดินทางโดยรถไฟ มีเนื้อที่ประมาณ 9,597.677 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,998,548
ไร่ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 15 อำเภอ ได้แก่ เมืองนครสวรรค์ โกรกพระ ชุมแสง ลาดยาว
บรรพตพิสัยหนองบัว ตากลิ แก้วเลี้ยว ท่าตะโก ตากฟ้า พยุหะคีรี ไผ่สาลี แม่เปิน แม่वंก และ
ชุมตาบง

จังหวัดนครสวรรค์ เป็นศูนย์กลางการคมนาคมในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างและภาค
กลางตอนบน เพราะเป็นชุมทางของคมนาคมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นถนน รถไฟ หรือทางน้ำ
นอกจากนี้ยังเป็น ที่ตั้งของท่าข้าวกำนันตรง ซึ่งเป็นตลาดกลาง ค้าข้าวแห่งแรกของประเทศไทย เป็น
จังหวัดที่เจริญเป็นอันดับที่ 12 ของประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แห่งประเทศไทย สาขานครสวรรค์ ตั้งอยู่เลขที่ 919/28 111 หมู่ที่ 10 ถ.พหลโยธิน ต.นครสวรรค์ ตก อ.เมืองนครสวรรค์ จ.นครสวรรค์ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน ปีพ.ศ. 2545 ปัจจุบันมีจำนวนลูกค้าทั้งสิ้น 454 ราย วงเงินสินเชื่อรวมกว่า 963 ล้านบาท

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสาร พบว่า ผลงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน สามารถนำมาใช้สนับสนุนแนวคิดในการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ มีดังต่อไปนี้ คือ

วิฑูรย์ ชะฎา (2554) ได้ศึกษาผลกระทบต่อลูกค้าในการขอสินเชื่อกลุ่มลูกค้า SMEs ที่มีลูกค้าผู้ประกอบการ 1 ท่าแพ เชียงใหม่ ธนาคารกสิกรไทย จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประกอบธุรกิจประเภทบุคคล โดยภาพรวมมีผลกระทบต่อระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยซึ่งมีผลกระทบต่อระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยจากผู้กู้ เช่น ขาดความรู้และประสบการณ์ในการบริหารหลักประกันการขอสินเชื่อไม่เพียงพอ ขาดสภาพคล่องทางการเงิน และที่มีผลกระทบต่อระดับปานกลางคือ ปัจจัยธนาคาร เช่น อัตราดอกเบี้ย ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และปัจจัยสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะเศรษฐกิจ การก่อความไม่สงบภายในประเทศ นโยบายรัฐบาล ภัยธรรมชาติ การแข่งขันทางธุรกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการวิเคราะห์ของนักวิเคราะห์ทางการเงิน

พิภพ วงศานันท์ (2553) ได้ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าบริษัท CITI ADVANCE สาขาเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้านคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สำหรับคุณภาพการให้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ระดับมากทุกด้านคือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความรวดเร็ว ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

โชคชัย รวมทวี (2552) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจบริการประเภทเจ้าของคนเดียว ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่ออยู่ระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน เช่น ความกระตือรือร้นต่อลูกค้า มีความซื่อสัตย์ อหยาตยดี สามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ดี ด้านกายภาพ เช่น อาคารสำนักงาน มีความ

สะอาด อุปกรณ์เครื่องใช้ทันสมัย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่หลากหลาย วงเงิน ง่ายขึ้น ระยะเวลาการผ่อนชำระเหมาะสม ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น ทำเลที่ตั้ง การเดินทาง มาตรฐานการสะดวก ที่จอดรถเพียงพอ มีการให้บริการนอกสถานที่ ด้านราคา เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่า ประเมิน ค่าปรับชำระหนี้ล่าช้า และชำระหนี้ก่อนกำหนดค่อนข้างต่ำ ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ จัดอบรมสัมมนา จัดนิทรรศการ การแนะนำจากเครือข่ายพันธมิตร และการแจกของที่ระลึก ด้านกระบวนการพิจารณาสินเชื่อ เช่น แบบฟอร์มคำขอสินเชื่ออ่านเข้าใจ ง่าย ไม่ยุ่งยาก ระยะเวลาในการขออนุมัติสินเชื่อเหมาะสม

ปรีดา เรืองฤทธิ์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกร ไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าธุรกิจขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และจำนวนลูกค้ามากกว่าครึ่ง ไม่เคยใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย ส่วนปัจจัยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ลูกค้าให้ความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้าน ราคา ปัจจัยซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้าน สังคม และปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัญหาที่พบ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีเพียงเรื่องเดียวที่ เป็นปัญหามาก คือสถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารสำคัญจาก ธนาคาร และปัญหาในระดับน้อยคือ ข้อเสนอแนะในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ

จิรพร นิรมิตเจียรพันธุ์ (2550) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาเถิน อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ และโดยภาพรวม ระดับ คุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร อยู่ในระดับคุณภาพ ในทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะภายนอก ด้านความคงเส้นคงวา ด้านความมั่นใจในการให้บริการ ด้านการ ตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าถึงจิตใจลูกค้า ส่วนที่ต้องปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ สินเชื่อคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ระบบรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ และการตอบสนองอย่าง รวดเร็ว

ธนากร มิตตะกัง (2548) ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการซึ่งมีอิทธิพลในการ ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จาก การศึกษาพบว่า ลูกค้า ส่วนใหญ่ของธนาคาร ประกอบอาชีพข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยทางการตลาดบริการซึ่งมีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระดับมากคือ ปัจจัย ทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยทางการตลาด บริการซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อระดับปานกลางคือ ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัญหา
ที่พบในการเข้าใช้สินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เช่น เอกสารใช้ประกอบการกู้มีจำนวนมาก
ยุ่งยาก ชำช้าโอน วงเงินกู้สูงสุดจำกัด และวงเงินกู้ต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราค่าธรรมเนียมสูง สถานที่จอด
รถไม่เพียงพอ ข้าราชการประชาชนสัมพันธ์น้อย และพนักงานไม่เพียงพอการแก้ไขปัญหาล่าช้า



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อ ลูกค้าใน การเลือกใช้บริการ สินเชื่อ กรณีศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ” เพื่อให้การศึกษานี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ผู้ ศึกษา ได้กำหนดวิธีการและ อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย ซึ่ง ประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการ ค้นคว้าอิสระ ครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะสาขานาคใหญ่ 2 สาขา ในสังกัดเขต 3 คือสาขาพระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ จ.นครสวรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 1,612 ราย ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของ Taro Yamane (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551 : 45) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดให้มีค่า = 0.05

N = จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

แทนค่าจำนวนประชากรในสูตร

$$n = \frac{1,612}{1 + 1,612 * (0.05)^2}$$
$$n = \frac{1,612}{5.03}$$
$$n = 320.48$$

ดังนั้น ตัวอย่างที่ได้ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงเท่ากับ 320 ตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากจำนวนลูกค้ำทั้งหมดของสาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์

การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 หาจำนวนตัวอย่างที่ได้ใช้ในการ คั่นคว่ำอิสระ ครั้งนี้ศึกษาจากลูกค้ำของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เฉพาะสาขาขนาดใหญ่ 2 สาขา สังกัดเขต 3 ได้แก่สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) สามารถแสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ คั่นคว่ำอิสระได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนลูกค้ำธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เฉพาะสาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ และจำนวนสัดส่วนตัวอย่างลูกค้ำ (ลูกค้ำที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง)

ตัวอย่าง	จำนวนลูกค้ำ	จำนวนสัดส่วน
สาขาพระนครศรีอยุธยา	1,158	230
สาขานครสวรรค์	454	90
รวม	1,612	320

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เมื่อผู้ศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสาขา 2 สาขา แล้วคิดสัดส่วนต่อจำนวน ลูกค้ำแต่ละสาขา ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ก็ทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ข้างต้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การคั่นคว่ำอิสระ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สร้างขึ้นมา โดยการศึกษามาจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของ ลูกค้ำธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะสาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินการ ขนาดของธุรกิจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทวงเงินสินเชื่อ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และนำข้อมูลดังกล่าวมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัย สิ่งแวดล้อมของลูกค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ภูมิศึกษาเฉพาะสาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล และการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นชุดคำถามมีลักษณะการให้ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับการตัดสินใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะทำการรวบรวมคะแนนเพื่อหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของลูกค้าเป็น 5 ระดับด้วยกัน คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีวิธีการคำนวณหาความกว้างของชั้น ดังนี้ (รุ่งโรจน์ โรอยเรณู, 2552 : 45)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น สามารถแปลความหมายระดับการตัดสินใจของลูกค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของลูกค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ภูมิศึกษาเฉพาะ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ ประกอบด้วย ด้านเงื่อนไขในการใช้สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ค่า การส่งเสริมทางการตลาด ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ ด้าน ลักษณะทาง กายภาพ และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ เป็นชุด

คำถามมีลักษณะการให้ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับการตัดสินใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะทำการรวบรวมคะแนนเพื่อหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของลูกค้าเป็น 5 ระดับด้วยกัน คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีวิธีการคำนวณหาความกว้างของชั้น ดังนี้ (รุ่งโรจน์ ไรยเรณู, 2552 : 45)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น สามารถแปลความหมายระดับการตัดสินใจของลูกค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นคำถามแบบเปิด (Open ended Question)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น สำหรับการศึกษานี้ ไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละ

ข้อว่าได้ตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา ในครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงเพื่อดำเนินการในขั้นตอนถัดไป

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้ศึกษาจะหาความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Try - out) กับประชากรกลุ่มทดลอง คือ ลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ จำนวน 30 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อทดสอบความยากง่ายของชุดคำถามโดยวิธีหาความสอดคล้องภายในชุดคำถาม และทดสอบหาความเชื่อมั่น เป็นรายชื่อ และการใช้วิธีหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) การหาความเชื่อมั่นรวม โดยวิธีการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach (Cronbach's Reliability Coefficient) จากการทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.818 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้เชื่อถือได้ เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.70

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสำรวจเอกสาร จากการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัย จากหนังสือ ตำรา เอกสาร ผลงานวิจัย ซึ่งสามารถค้นคว้าได้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม แล้วนำเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ แก้ไขปรับปรุงจนเสร็จสมบูรณ์ ก่อนที่จะทำการสำรวจภาคสนามต่อไป

2. การสำรวจภาคสนาม นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว ไปแจกให้แก่ ลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ จำนวน 320 คน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2555 ถึงเดือน มกราคม 2556

3. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนครบทุกชุดแล้ว ผู้ศึกษาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลทั้ง 4 ส่วน ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปต่อไป

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้ในการ ค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการรวบรวมข้อมูล แล้วจัดหมวดหมู่ของข้อมูลและนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Software)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

1. ค่าความถี่และร้อยละ (Frequency and Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลซึ่งได้จากแบบสอบถาม
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) \bar{X} เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
3. สถิติ One-way ANOVA โดยใช้ในการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรที่มีมากกว่า 3 กลุ่มที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 0.05 และในกรณีที่พบค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 0.05 ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation : r) ของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรนั้นอยู่ในช่วง -1 ถึง 1 เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อจัดระดับความสัมพันธ์ออกเป็นช่วงดังนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.80 ขึ้นไป	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
0.60 - 0.79	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง
0.40 - 0.59	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.20 - 0.39	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
0.01 - 0.19	แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
0.00	แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเป็นบวก (+) หมายถึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเป็นบวก (-) หมายถึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกัน

ข้าม

5. สำหรับข้อ เสนอแนะ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามเปิด จะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์และสรุปเนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงาน ค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ เลือกใช้ บริการสินเชื่อ กรณีศึกษา : ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ” ผู้ทำการ ศึกษาได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 320 ชุด มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปล ความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อของ ลูกค้า

ส่วนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมกับการตัดสินใจ เลือกใช้บริ การสินเชื่อ ของลูกค้า

4.1 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทธุรกิจ		
ธุรกิจการค้าปลีก	97	30.3
ธุรกิจการบริการ	92	28.8
ธุรกิจการผลิต	72	22.5
ธุรกิจการค้าส่ง	59	18.4
รวม	320	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
น้อยกว่า 1 ปี	10	3.1
1-2 ปี	58	18.1
3-5 ปี	86	26.9
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	166	51.9
รวม	320	100.0
ขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)		
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	234	73.1
มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	24.7
เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	1.3
เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	0.9
รวม	320	100.0
ลักษณะธุรกิจ		
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	53.7
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	17.2
บริษัทจำกัด	47	14.7

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	14.4
รวม	320	100.0
ประเภทวงเงินสินเชื่อ		
สินเชื่อโครงการพิเศษ	109	34.1
สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	93	29.0
สินเชื่อนโยบาย	70	21.9
สินเชื่อยุทธศาสตร์	48	15.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลูกค้านักพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจค้าปลีก ร้อยละ 30.3 รองลงมาประกอบธุรกิจการบริการ ร้อยละ 28.8 ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไป 51.9 รองลงมาดำเนินธุรกิจ 3-5 ปี ร้อยละ 26.9 มีขนาดของธุรกิจมูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 10 ล้านบาท ร้อยละ 73.1 รองลงมา มีขนาดของธุรกิจมูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท ร้อยละ 24.7 มีลักษณะของธุรกิจแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 53.7 รองลงมา มีลักษณะของธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 17.2 และมีวงเงินสินเชื่อประเภทสินเชื่อโครงการพิเศษ ร้อยละ 34.1 รองลงมา มีวงเงินสินเชื่อประเภทสินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป ร้อยละ 29.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านภาวะเศรษฐกิจ						2.89	0.688
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา	1.6 (5)	12.8 (41)	20.6 (66)	49.4 (158)	15.6 (50)	2.35	0.945
การปรับราคาน้ำมัน	8.4 (27)	29.1 (93)	54.4 (174)	7.8 (25)	0.3 (1)	3.38	.762
การปรับราคาสินค้า / อัตราเงินเฟ้อ	5.6 (18)	35.3 (113)	53.8 (172)	5.3 (17)	0.0 (0)	3.41	0.680
ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทางเทคโนโลยี เกี่ยวกับธุรกิจ	4.7 (15)	13.1 (42)	42.2 (135)	40.0 (128)	0.0 (0)	2.83	0.831
การวิเคราะห์ทางการเงินของ นักวิเคราะห์ในประเทศ	4.4 (14)	9.1 (29)	26.5 (85)	48.1 (154)	11.9 (38)	2.46	0.966
ด้านนโยบายรัฐบาล						3.52	0.663
การปรับขึ้น / ลง ของอัตราดอกเบี้ย	18.8 (60)	46.9 (150)	30.9 (99)	3.1 (10)	0.3 (1)	3.81	0.784
การปรับขึ้น / ลง ของภาษีเงินได้นิติ บุคคล	11.9 (38)	50.0 (160)	33.4 (107)	4.7 (15)	0.0 (0)	3.69	0.739
การปรับขึ้น / ลง ของค่าแรง	16.5 (53)	54.1 (173)	21.6 (69)	7.8 (25)	0.0 (0)	3.79	0.808
การส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงแหล่ง เงินทุน	15.9 (51)	43.4 (139)	32.2 (103)	8.4 (27)	0.0 (0)	3.67	0.843
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายการ ลงทุนไปประเทศเพื่อนบ้าน	9.1 (29)	15.0 (48)	21.2 (68)	39.4 (126)	15.3 (49)	2.63	1.178

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ						3.59	0.605
คู่แข่งในธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมเดียวกัน	9.4 (30)	51.6 (165)	36.3 (116)	2.2 (7)	0.6 (2)	3.67	0.701
ความได้เปรียบ / เสียเปรียบจากคู่แข่ง	10.0 (32)	50.0 (160)	37.8 (121)	1.9 (6)	0.3 (1)	3.68	0.691
อำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ / ผู้ขาย	8.8 (28)	49.0 (157)	39.7 (127)	2.5 (8)	0.0 (0)	3.64	0.676
สินค้าทดแทนในธุรกิจ	5.9 (19)	47.8 (153)	43.2 (138)	3.1 (10)	0.0 (0)	3.57	0.654
ความพร้อมเรื่องเทคโนโลยีในธุรกิจ	8.4 (27)	36.6 (117)	44.1 (141)	10.6 (34)	0.3 (1)	3.42	0.804

หมายเหตุ ตัวเลขใน () หมายถึง จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ลูกค้านักวิชาการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการขอสินเชื่อด้านการแข่งขันทางธุรกิจระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านนโยบายรัฐบาล ระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และด้านภาวะเศรษฐกิจระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ตารางที่ 4.3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ						3.97	0.687
วงเงินสินเชื่อเหมาะสมกับธุรกิจ	26.2 (84)	48.8 (156)	23.1 (74)	1.3 (4)	0.6 (2)	3.99	0.776
เงื่อนไขการผ่อนชำระ มีช่วง ระยะเวลาปลอดชำระคืนเงินต้น	28.1 (90)	48.4 (155)	21.9 (70)	1.3 (4)	0.3 (1)	4.03	0.761
จำนวนเงินงวดที่ผ่อนชำระในแต่ละ งวด เหมาะสม	27.2 (87)	46.9 (150)	25.0 (80)	0.9 (3)	0.0 (0)	4.00	0.749
ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้มี ความเหมาะสม	22.5 (72)	49.0 (157)	26.9 (86)	1.6 (5)	0.0 (0)	3.93	0.743
สัดส่วนวงเงินกู้ร้อยละ 80 ของ มูลค่าหลักประกัน	22.5 (72)	45.6 (146)	30.0 (96)	1.3 (4)	0.6 (2)	3.88	0.787
ด้านอัตราดอกเบี้ยและ ค่าธรรมเนียม						4.05	0.656
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ	51.2 (164)	38.8 (124)	8.4 (27)	1.3 (4)	0.3 (1)	4.39	0.722
ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อมี ความเหมาะสม	36.5 (117)	46.9 (150)	15.3 (49)	1.3 (4)	0.0 (0)	4.19	0.732
ค่าประเมินราคาหลักประกันต่ำ	28.4 (91)	41.3 (132)	28.4 (91)	1.9 (6)	0.0 (0)	3.96	0.803
ค่าปรับชำระหนี้ล่าช้าต่ำ	25.3 (81)	42.2 (135)	29.4 (94)	2.8 (9)	0.3 (1)	3.89	0.824
ค่าปรับชำระหนี้ก่อนกำหนดต่ำ	21.9 (70)	41.6 (133)	33.4 (107)	2.8 (9)	0.3 (1)	3.82	0.814

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ						3.59	0.640
สถานที่ตั้งของธนาคารใกล้แหล่ง ชุมชน	16.6 (53)	45.6 (146)	37.2 (119)	0.3 (1)	0.3 (1)	3.78	0.728
การเดินทางมาธนาคารสะดวก	15.0 (48)	45.9 (147)	37.8 (121)	1.3 (4)	0.0 (0)	3.75	0.718
สถานที่จอดรถเพียงพอ	11.9 (38)	33.4 (107)	51.9 (166)	2.5 (8)	0.3 (1)	3.54	0.746
บริการสินเชื่อถึงลูกค้าโดยตรง	11.9 (38)	27.5 (88)	58.1 (186)	2.5 (8)	0.0 (0)	3.49	0.734
จัดงานออกบูธ ให้บริการนอก สถานที่	10.0 (32)	25.9 (83)	57.5 (184)	6.0 (19)	0.6 (2)	3.39	0.772
ด้านการส่งเสริมการตลาด						3.20	0.648
ป้ายประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของธนาคาร	7.8 (25)	19.7 (63)	68.1 (218)	4.1 (13)	0.3 (1)	3.31	0.686
การให้ข้อมูลข่าวสารธนาคารผ่าน สื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว วิทยุ อินเทอร์เน็ต	6.9 (22)	21.3 (68)	65.9 (211)	5.6 (18)	0.3 (1)	3.29	0.689
การจัดอบรมสัมมนาให้กับลูกค้า ธนาคาร	9.3 (30)	23.1 (74)	61.3 (196)	6.3 (20)	0.0 (0)	3.36	0.737
การแนะนำจากหน่วยงาน พันธมิตร และจากเพื่อน	4.4 (14)	18.4 (59)	55.9 (179)	21.3 (68)	0.0 (0)	3.06	0.755
การแจกของกำนัล และของที่ ระลึกจากธนาคาร	7.5 (24)	20.3 (65)	37.5 (120)	34.1 (109)	0.6 (2)	3.00	0.934

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านการให้บริการของพนักงาน						3.76	0.631
มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการ ให้บริการ	7.5 (24)	39.7 (127)	49.1 (157)	3.4 (11)	0.3 (1)	3.51	0.699
พนักงานมีความรู้ สามารถ แนะนำข้อมูลบริการแก่ลูกค้า ได้ เป็นอย่างดี ชัดเจน เข้าใจง่าย	15.3 (49)	52.5 (168)	31.3 (100)	0.6 (2)	0.3 (1)	3.82	0.698
พนักงานมีมารยาทดี อธิบายดี มี ความเป็นกันเอง	16.2 (52)	44.7 (143)	38.8 (124)	0.3 (1)	0.0 (0)	3.77	0.715
พนักงานมีความกระตือรือร้น เอา ใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ	16.9 (54)	49.4 (158)	33.4 (107)	0.3 (1)	0.0 (0)	3.83	0.698
พนักงานมีจรรยาบรรณ และ ความซื่อสัตย์	19.1 (61)	49.7 (159)	30.6 (98)	0.6 (2)	0.0 (0)	3.87	0.712
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ						3.97	0.779
แบบฟอร์มคำขอสินเชื่ออ่าน เข้าใจง่าย	30.0 (96)	56.2 (180)	12.2 (39)	1.3 (4)	0.3 (1)	4.14	0.693
เอกสารประกอบการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	29.4 (94)	54.4 (174)	11.5 (37)	2.5 (8)	2.2 (7)	4.06	0.839
ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อมี ความเหมาะสม	28.4 (91)	49.7 (159)	14.4 (46)	3.4 (11)	4.1 (13)	3.95	0.965
ระยะเวลาในการตอบปฏิเสธหรือ ชะลอสินเชื่อมีความเหมาะสม	23.4 (75)	46.6 (149)	23.4 (75)	4.4 (14)	2.2 (7)	3.85	0.905
การให้บริการมีความถูกต้อง รวดเร็ว	23.7 (76)	45.9 (147)	24.4 (78)	3.8 (12)	2.2 (7)	3.85	0.899
ด้านลักษณะทางกายภาพ						3.49	0.635
พื้นที่ให้บริการมีความสะอาด	11.2 (36)	34.4 (110)	54.1 (173)	0.3 (1)	0.0 (0)	3.57	0.692
สวยงาม กว้างขวาง							
มีสถานที่ที่จัดให้ลูกค้ารอรับ บริการเพียงพอ สะดวกสบาย	10.0 (32)	33.8 (108)	55.6 (178)	0.6 (2)	0.0 (0)	3.53	0.680

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
แสงสว่าง ความเย็น	10.6	25.3	62.5	1.6	0.0	3.45	0.702
เครื่องปรับอากาศ ภายในอาคาร	(34)	(81)	(200)	(5)	(0)		
เครื่องมือ เครื่องใช้ มีความทันสมัย	10.0	26.3	62.8	0.9	0.0	3.45	0.684
มีบริการอื่น ๆ เช่น น้ำดื่ม	(32)	(84)	(201)	(3)	(0)		
หนังสือพิมพ์ ไว้บริการลูกค้า	11.9	25.6	59.1	3.4	0.0	3.46	0.746
(38)	(82)	(189)	(11)	(0)			
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้ สินเชื่อ						4.14	0.532
การมีวินัยในตนเองในการชำระหนี้	48.4	45.6	6.0	0.0	0.0	4.43	0.604
(155)	(146)	(19)	(0)	(0)			
ความสามารถในการชำระหนี้คืน (รายได้)	45.0	48.7	6.3	0.0	0.0	4.39	0.603
(144)	(156)	(20)	(0)	(0)			
เงินทุน หรือสินทรัพย์ของกิจการ	20.6	64.7	14.4	0.3	0.0	4.06	0.600
(66)	(207)	(46)	(1)	(0)			
มูลค่าของหลักประกัน	18.7	64.4	16.6	0.3	0.0	4.02	.605
(60)	(206)	(53)	(1)	(0)			
ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ที่อาจกระทบกับรายได้และ ความสามารถในการชำระหนี้	18.4	55.7	20.0	2.8	3.1	3.83	0.868
(59)	(178)	(64)	(9)	(10)			

หมายเหตุ ตัวเลขใน () หมายถึง จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ด้านกระบวนการขอสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการให้บริการของพนักงานระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านลักษณะทางกายภาพระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) และด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก ($\bar{X} = 3.20$)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะใน
การใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการลดจำนวนเอกสาร และลดขั้นตอนในการขอกู้เพื่อ ความสะดวกและรวดเร็วในการขอกู้	83	25.9
ควรมีการเพิ่มช่องทางในการชำระเงินกู้ให้มากขึ้นเพื่อความ สะดวก	54	16.9
ควรมีรูปแบบการพิจารณาสินเชื่อที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ เพื่อความรวดเร็วและเหมาะสม	32	10.0
ควรปรับเวลาในการพิจารณาสินเชื่อให้รวดเร็วขึ้น	11	3.4
ควรมีการปรับวงเงินกู้เพิ่มเติมให้ลูกค้าที่จ่ายชำระสม่ำเสมอ ปรับลดดอกเบี้ยลูกค้าที่ชำระดีสม่ำเสมอ	7	2.2
ควรมีการแจ้งความคืบหน้าหรือความเคลื่อนไหวต่างๆ ของ ธนาคารที่เป็นปัจจุบันต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4	1.3
รวม	191	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า มีผู้เสนอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการ เลือกใช้บริการ
สินเชื่อ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ทั้งหมด 191 คน
คิดเป็นร้อยละ 59.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และพบว่าส่วนใหญ่เสนอให้ควรมีการลดจำนวน
เอกสาร และลดขั้นตอน ในการขอกู้เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการขอกู้ ร้อยละ 25.9 รองลงมา
เสนอให้มีการเพิ่มช่องทางในการชำระเงินกู้ให้มากขึ้นเพื่อความสะดวก ร้อยละ 16.9

ส่วนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อของ
ลูกค้า

ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า
จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของ ลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่าสูง สุด	F	P	ผลการ เปรียบเทียบ
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	4.10	0.711	2	5	2.952	0.033*	มีความ
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.83	0.720	3	5			แตกต่าง
3. ธุรกิจการผลิต	59	4.13	0.691	3	5			1 > 2,4
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	3.93	0.884	1	5			2 < 3,4 3 > 1,4
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	4.21	0.847	2	5	3.650	0.013*	มีความ
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.88	0.837	2	5			แตกต่าง
3. ธุรกิจการผลิต	59	4.24	0.777	2	5			1 > 2,4
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	4.02	0.776	2	5			2 < 3,4 3 > 1,4
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	3.60	0.615	3	5	1.625	0.183	ไม่มีความ
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.54	0.717	3	5			แตกต่าง
3. ธุรกิจการผลิต	59	3.63	0.798	2	5			
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	3.81	0.850	1	5			
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	3.22	0.778	2	5	1.599	0.190	ไม่มีความ
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.24	0.817	1	5			แตกต่าง
3. ธุรกิจการผลิต	59	2.99	0.843	2	5			
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	3.25	0.938	1	5			
ด้านการให้บริการของพนักงาน								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	3.74	0.622	3	5	1.156	0.327	ไม่มีความ
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.84	0.715	3	5			แตกต่าง
3. ธุรกิจการผลิต	59	3.92	0.739	2	5			
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	3.73	0.726	3	5			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	F	P	ผลการเปรียบเทียบ
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	3.96	0.756	1	5	0.686	0.561	ไม่มีความแตกต่าง
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.96	0.982	1	5			
3. ธุรกิจการผลิต	59	4.14	0.707	1	5			
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	3.98	1.070	1	5			
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	3.66	0.601	2	5	3.751	0.011*	มีความแตกต่าง
2. ธุรกิจการบริการ	92	3.42	0.745	2	5			
3. ธุรกิจการผลิต	59	3.32	0.695	2	5			1 > 2,3,4
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	3.39	0.762	3	5			2 > 3,4 3 < 4
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้สินเชื่อ								
1. ธุรกิจการค้าปลีก	72	4.08	0.657	2	5	4.593	0.004*	มีความแตกต่าง
2. ธุรกิจการบริการ	92	4.18	0.694	3	5			
3. ธุรกิจการผลิต	59	4.36	0.650	2	5			1 < 2,3,4
4. ธุรกิจการค้าส่ง	97	4.44	0.656	2	5			2 < 3,4 3 < 4

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้		ธุรกิจค้าปลีก	ธุรกิจบริการ	ธุรกิจผลิต	ธุรกิจค้าส่ง
บริการสินเชื่อ	Mean	4.10	3.83	4.13	3.93
ธุรกิจค้าปลีก	4.10	-	0.27 (0.014*)	-0.03 (0.854)	0.17 (0.178)
ธุรกิจบริการ	3.83		-	-0.30 (0.014*)	-0.11 (0.407)
ธุรกิจผลิต	4.13			-	0.20 (0.153)
ธุรกิจค้าส่ง	3.93				-

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม		ธุรกิจค้าปลีก	ธุรกิจบริการ	ธุรกิจผลิต	ธุรกิจค้าส่ง
	Mean	4.21	3.88	4.24	4.02
ธุรกิจค้าปลีก	4.21	-	0.33 (0.006*)	-0.03 (0.813)	0.19 (0.158)
ธุรกิจบริการ	3.88		-	-0.36 (0.006*)	-0.14 (0.313)
ธุรกิจผลิต	4.24			-	0.22 (0.125)
ธุรกิจค้าส่ง	4.02				-
ด้านลักษณะทางกายภาพ		ธุรกิจค้าปลีก	ธุรกิจบริการ	ธุรกิจผลิต	ธุรกิจค้าส่ง
	Mean	3.66	3.42	3.32	3.39
ธุรกิจค้าปลีก	3.66	-	0.24 (0.023*)	0.34 (0.002*)	0.33 (0.022*)
ธุรกิจบริการ	3.42		-	0.10 (0.351)	0.03 (0.774)
ธุรกิจผลิต	3.32			-	-0.07 (0.574)
ธุรกิจค้าส่ง	3.39				-
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ		ธุรกิจค้าปลีก	ธุรกิจบริการ	ธุรกิจผลิต	ธุรกิจค้าส่ง
	Mean	4.08	4.18	4.36	4.44
ธุรกิจค้าปลีก	4.08	-	-0.10 (0.292)	-0.28 (0.008*)	-0.36 (0.001*)
ธุรกิจบริการ	4.18		-	-0.18 (0.094)	-0.26 (0.022*)
ธุรกิจผลิต	4.36			-	-0.08 (0.497)
ธุรกิจค้าส่ง	4.44				-

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 และ 4.6 พบว่า ลูกค้านาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้าน ลักษณะทางกายภาพ และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ

ทำให้ประเภทของธุรกิจของลูกค้าต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า

1. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

1.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจการค้าปลีก มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการ และธุรกิจค้าส่ง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.27 ค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และผู้ที่ดำเนินธุรกิจการผลิตมีการตัดสินใจขอสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจการค้าปลีก

1.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อน้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจการผลิต มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.30 ค่า Sig. เท่ากับ 0.014

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

2.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจการค้าปลีก มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการ และธุรกิจค้าส่งผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.33 ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 และผู้ที่ดำเนินธุรกิจการผลิตมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจการค้าปลีก

2.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อน้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจการผลิต มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.36 ค่า Sig. เท่ากับ 0.006

3. ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจการค้าปลีก มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการและธุรกิจการผลิต และธุรกิจค้าส่ง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.24 ค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.34 ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 และผลต่างค่าเฉลี่ย 0.33 ค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ตามลำดับ

4. ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ

4.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจการค้าปลีก มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อน้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการธุรกิจการผลิต และธุรกิจค้าส่ง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.28 ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 และ ผลต่างค่าเฉลี่ย -0.36 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001

4.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบริการ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อน้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจค้าส่ง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.26 ค่า Sig. เท่ากับ 0.022

ตารางที่ 4.7 ภาพรวมการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ของลูกค้ายาจำแนกตามประเภทของธุรกิจ

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ธุรกิจการค้า ปลีก	ธุรกิจการ บริการ	ธุรกิจการ ผลิต	ธุรกิจการค้า ส่ง	F	P
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					2.952	0.033*
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	4.13	3.83	3.93	4.10		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.711	0.720	0.691	0.884		
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					3.650	0.013*
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	4.24	3.88	4.02	4.21		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.847	0.837	0.777	0.776		
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					1.625	0.183
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	3.63	3.54	3.81	3.6		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.615	0.717	0.798	0.850		
ด้านการส่งเสริมการตลาด					1.599	0.190
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	2.99	3.24	3.25	3.22		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.778	0.817	0.843	0.938		
ด้านการให้บริการของพนักงาน					1.156	0.327
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	3.92	3.84	3.73	3.74		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.622	0.715	0.739	0.726		
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ					0.686	0.561
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	4.14	3.96	3.98	3.96		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.756	0.982	0.707	1.070		
ด้านลักษณะทางกายภาพ					3.751	0.011*
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	3.32	3.42	3.39	3.66		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.601	0.745	0.695	0.762		
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ					4.593	0.004*
จำนวน	72	92	59	97		
ค่าเฉลี่ย	4.36	4.18	4.44	4.08		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.657	0.694	0.650	0.656		

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า
จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

การตัดสินใจเลือกใช้ บริการ สินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่า			F	P	ผลการ เปรียบเทียบ
		ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด			
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ							
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.00	0.816	2	5	8.286	0.000* มีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	3.81	0.736	3	5		1 < 2,3,4
3. 3-5 ปี	86	4.03	0.583	2	5		2 < 3,4
4. มากกว่า 5 ปี	166	4.10	0.821	1	5		3 < 4
ขึ้นไป							
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม							
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.30	0.949	2	5	3.856	0.010* มีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	4.00	0.858	2	5		1 < 2,3,4
3. 3-5 ปี	86	4.08	0.739	2	5		2 < 3,4
4. มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	166	4.16	0.819	2	5		3 < 4
ขึ้นไป							
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ							
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.90	0.738	3	5	1.744	0.158 ไม่มีมีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	3.79	0.789	2	5		
3. 3-5 ปี	86	3.56	0.745	2	5		
4. มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	166	3.59	0.747	1	5		
ขึ้นไป							
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.70	0.823	3	5	10.245	0.000* มีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	3.66	0.890	2	5		1 > 2,3,4
3. 3-5 ปี	86	3.10	0.854	2	5		2 > 3,4
4. มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	166	3.02	0.774	1	5		3 > 4
ขึ้นไป							
ด้านการให้บริการของพนักงาน							
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.90	0.994	3	5	0.848	0.469 ไม่มีมีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	3.93	0.792	3	5		
3. 3-5 ปี	86	3.77	0.714	3	5		
4. มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	166	3.78	0.646	2	5		
ขึ้นไป							

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า			F	P	ผลการเปรียบเทียบ
			เบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด			
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ								
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.30	1.160	1	5	2.381	0.070	ไม่มีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	4.05	0.907	1	5			
3. 3-5 ปี	86	3.94	0.899	1	5			
4. มากกว่า 5 ปี	166	4.06	.906	1	5			
ขึ้นไป								
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.80	.919	3	5	4.185	0.006*	มีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	3.72	.833	3	5			1 > 3,4
3. 3-5 ปี	86	3.40	.708	2	5			2 > 3,4
4. มากกว่า 5 ปี	166	3.39	.649	2	5			3 > 4
ขึ้นไป								
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ								
1. น้อยกว่า 1 ปี	10	3.90	.738	3	5	3.792	0.011*	มีความแตกต่าง
2. 1-2 ปี	58	4.07	.792	2	5			1 < 2,3,4
3. 3-5 ปี	86	4.19	.584	3	5			2 < 3,4
4. มากกว่า 5 ปี	166	4.35	.659	2	5			3 < 4
ขึ้นไป								

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ		น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
	Mean	3.00	3.81	4.03	4.10
น้อยกว่า 1 ปี	3.00	-	-0.81 (0.002*)	-1.03 (0.000*)	-1.10 (0.000*)
1 - 2 ปี	3.81	-	-	-0.22 (0.078)	-0.29 (0.011*)
3 - 5 ปี	4.03	-	-	-	-0.07 (0.498)
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	4.10	-	-	-	-
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม		น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
	Mean	3.30	4.00	4.08	4.16
น้อยกว่า 1 ปี	3.30	-	-0.70 (0.012*)	-0.78 (0.004*)	-0.86 (0.001*)
1 - 2 ปี	4.00	-	-	-0.08 (0.554)	-0.16 (0.189)
3 - 5 ปี	4.08	-	-	-	-0.08 (0.451)
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	4.16	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด		น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
	Mean	3.70	3.66	3.10	3.02
น้อยกว่า 1 ปี	3.70	-	0.04 (0.873)	0.60 (0.030*)	0.68 (0.011*)
1 - 2 ปี	3.66	-	-	0.55 (0.000*)	0.64 (0.000*)
3 - 5 ปี	3.10	-	-	-	0.08 (0.427)
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	3.02	-	-	-	-

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ด้านลักษณะทางกายภาพ		น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
	Mean	3.90	3.72	3.40	3.39
น้อยกว่า 1 ปี	3.80	-	0.08 (0.755)	0.40 (0.089)	0.41 (0.078)
1 - 2 ปี	3.72	-	-	0.32 (0.007*)	0.33 (0.002*)
3 - 5 ปี	3.40	-	-	-	0.01 (0.968)
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	3.39	-	-	-	-
ด้านตัวชี้วัดเครดิตผู้ใช้สินเชื่อ					
น้อยกว่า 1 ปี	3.90	-	-0.17 (0.461)	-0.29 (0.201)	-0.45 (0.040*)
1 - 2 ปี	4.07	-	-	-0.12 (0.304)	-0.28 (0.006*)
3 - 5 ปี	4.19	-	-	-	-1.16 (0.067)
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	4.35	-	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 และ 4.9 พบว่า ลูกค้านาคาการพัฒนาวिकासหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้าน อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้าน ลักษณะทาง กายภาพ และด้าน ตัวชี้วัดเครดิตของผู้ ใช้สินเชื่อ ทำให้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าต่อการตัดสินใจ เลือกใช้ บริการสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า

1. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

1.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี 3-5 ปี และ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.81 ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ผลต่างค่าเฉลี่ย -1.03 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และผลต่าง ค่าเฉลี่ย -1.10 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ตามลำดับ

1.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.29 ค่า Sig. เท่ากับ 0.011

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

2.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี 3-5 ปี และ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.70 ค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ผลต่างค่าเฉลี่ย -0.78 ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 และผลต่างค่าเฉลี่ย -0.86 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ตามลำดับ

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี 3-5 ปี และ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.60 ค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.68 ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ตามลำดับ

3.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 3-5 ปี และมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.55 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.64 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ตามลำดับ

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ

4.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี 3-5 ปี และ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป

4.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 3-5 ปี และมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.32 ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 และ ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.33 ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ตามลำดับ

5. ด้านตัวชี้วัดเครดิตผู้ใช้สินเชื่อ

5.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี 3-5 ปี และ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.45 ค่า Sig. เท่ากับ 0.040

5.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.28 ค่า Sig. เท่ากับ 0.006

ตารางที่ 4.10 ภาพรวมการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ของลูกค้ำจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป	F	P
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					8.286	0.000*
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.00	3.81	4.03	4.10		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.816	0.736	0.583	0.821		
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					3.856	0.010*
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.30	4.00	4.08	4.16		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.949	0.858	0.739	0.819		
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					1.744	0.158
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.90	3.79	3.56	3.59		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.738	0.789	0.745	0.747		
ด้านการส่งเสริมการตลาด					10.245	0.000*
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.70	3.66	3.10	3.02		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.823	0.890	0.854	0.774		
ด้านการให้บริการของพนักงาน					0.848	0.469
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.90	3.93	3.77	3.78		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.994	0.792	0.714	0.646		
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ					2.381	0.070
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.30	4.05	3.94	4.06		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.160	0.907	0.899	0.906		
ด้านลักษณะทางกายภาพ					4.185	0.006*
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.80	3.72	3.40	3.39		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.919	0.833	0.708	0.649		
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ					3.792	0.011*
จำนวน	10	58	86	166		
ค่าเฉลี่ย	3.90	4.07	4.19	4.35		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.738	0.792	0.584	0.659		

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า
จำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	F	P	ผลการ เปรียบเทียบ
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	3.91	0.772	1	5	3.379	0.019*	มีความ
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	4.22	0.762	2	5			แตกต่าง 1 < 2,3,4
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	4.25	0.500	4	5			2 < 3,4 3 < 4
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	4.33	0.577	4	5			
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	3.97	0.806	2	5	8.271	0.000*	มีความ
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	4.44	0.747	2	5			แตกต่าง 1 < 2,4 2 > 3
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	3.50	1.000	3	5			2 < 4 3 < 1,4
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	4.67	0.577	4	5			
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	3.64	0.782	1	5	0.489	0.691	ไม่มีความ
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	3.63	0.701	2	5			แตกต่าง
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	3.25	0.500	3	4			
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	3.33	0.577	3	4			
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	3.26	0.854	1	5	3.386	0.018*	มีความ
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	2.96	0.823	2	5			แตกต่าง 1 > 2,3,4
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	2.50	1.000	2	4			2 > 3 3 < 4

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	F	P	ผลการ เปรียบเทียบ
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	3.00	0.000	3	3			
ด้านการให้บริการของพนักงาน								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	3.81	0.718	2	5	0.147	0.932	ไม่มีความ แตกต่าง
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	3.77	0.659	3	5			
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	3.75	0.500	3	4			
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	4.00	1.000	3	5			
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	4.02	0.910	1	5	0.378	0.769	ไม่มีความ แตกต่าง
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	3.94	0.979	1	5			
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	4.25	0.500	4	5			
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	4.33	0.577	4	5			
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	3.51	0.732	2	5	1.287	0.279	ไม่มีความ แตกต่าง
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	3.33	0.693	2	5			
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	3.50	0.577	3	4			
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	3.33	0.577	3	4			
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ								
1. ไม่เกิน 10 ล้านบาท	233	4.18	0.708	2	5	3.098	0.027*	มีความ แตกต่าง
2. มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	4.41	0.567	3	5			
3. เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4	4.75	0.500	4	5			1 < 2,3 2 < 3
4. เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3	4.00	0.000	4	4			3 > 4 4 < 1,2

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามขนาดธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)

ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้		ไม่เกิน 10 ลบ.	มากกว่า 11 ลบ.	มากกว่า 51 ลบ.	เกิน 101 ลบ.
บริการสินเชื่อ	Mean	3.91	4.22	4.25	4.33
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	3.91	-	-0.31 (0.003*)	-0.34 (0.386)	-0.42 (0.347)
มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	4.22	-	-	-0.03 (0.929)	0.11 (0.793)
เกิน 51 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4.25	-	-	-	-0.08 (0.887)
เกิน 101 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	4.33	-	-	-	-
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	Mean	3.97	4.44	3.50	4.67
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	3.97	-	-0.47 (0.000*)	0.47 (0.241)	-0.70 (0.131)
มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	4.44	-	-	0.94 (0.021*)	-0.23 (0.632)
เกิน 51 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.50	-	-	-	1.17 (0.055)
เกิน 101 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	4.67	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	3.26	2.96	2.50	3.00
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	3.26	-	0.30 (0.007*)	0.76 (0.075)	0.26 (0.594)
มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	2.96	-	-	0.46 (0.287)	-0.04 (0.939)
เกิน 51 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	2.50	-	-	-	-0.50 (0.439)
เกิน 101 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	3.00	-	-	-	-

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	Mean	ไม่เกิน 10 ลบ.	มากกว่า 11 ลบ.	มากกว่า 51 ลบ.	เกิน 101 ลบ.
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	4.18	-	-0.23 (0.011*)	-0.57 (0.094)	0.18 (0.645)
มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	4.41	-	-	-0.34 (0.317)	0.41 (0.306)
เกิน 51 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท	4.75	-	-	-	0.75 (0.145)
เกิน 101 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท	4.00	-	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 และ 4.12 พบว่า ลูกค้านาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้ แก่ ด้านเงื่อนไขในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ ใช้สินเชื่อ ทำให้ขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) ของลูกค้าต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า

1. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

1.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ขนาดไม่เกิน 10 ล้านบาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ขนาดมากกว่า 11 ล้านบาทขึ้นไป มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญ โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.31 ค่า Sig. เท่ากับ 0.003

1.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดมากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท มีการตัดสินใจเลือก ใช้บริการสินเชื่อน้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

2.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดไม่เกิน 10 ล้านบาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดมากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท และผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดเกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.47 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000

2.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดมากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดมากกว่า 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.94 ค่า Sig. เท่ากับ 0.021

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดไม่เกิน 10 ล้านบาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ขนาดมากกว่า 11 ล้านบาท ขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.30 ค่า Sig. เท่ากับ 0.007

4. ด้านตัวชี้วัดเครดิตผู้ใช้สินเชื่อ

4.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจขนาดไม่เกิน 10 ล้านบาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ขนาดมากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.23 ค่า Sig. เท่ากับ 0.011

ตารางที่ 4.13 ภาพรวมการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ ของลูกค้าจำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ไม่เกิน 10 ลบ.	มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ลบ.	เกิน 51 แต่ ไม่เกิน 100 ลบ.	เกิน 101 แต่ ไม่เกิน 200 ลบ.	F	P
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					3.379	0.019*
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	3.91	4.22	4.25	4.33		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.772	0.762	0.500	0.577		
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					8.271	0.000*
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	3.97	4.44	3.50	4.67		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.806	0.747	1.000	0.577		
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					0.489	0.691
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	3.64	3.63	3.25	3.33		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.782	0.701	0.500	0.577		
ด้านการส่งเสริมการตลาด					3.386	0.018*
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	3.26	2.96	2.50	3.00		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.854	0.823	1.000	0.000		

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ไม่เกิน 10 ลบ.	มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ลบ.	เกิน 51 แต่ไม่ เกิน 100 ลบ.	เกิน 101 แต่ ไม่เกิน 200 ลบ.	F	P
ด้านการให้บริการของพนักงาน					0.147	0.932
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	3.81	3.77	3.75	4.00		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.718	0.659	0.500	1.000		
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ					0.378	0.769
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	4.02	3.94	4.25	4.33		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.910	0.979	0.500	0.577		
ด้านลักษณะทางกายภาพ					1.287	0.279
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	3.51	3.33	3.50	3.33		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.732	0.693	0.577	0.577		
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ					3.098	0.027*
จำนวน	233	79	4	3		
ค่าเฉลี่ย	4.18	4.41	4.75	4.00		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.708	0.567	0.500	0.000		

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ
ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

การตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	F	P	ผลการเปรียบเทียบ
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.90	0.838	1	5	6.112	0.000*	มีความแตกต่าง
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	3.85	0.698	3	5			4>1,2
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	4.11	0.691	3	5			
4. บริษัทจำกัด	47	4.38	0.534	3	5			
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.87	0.835	2	5	13.956	0.000*	มีความแตกต่าง
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	4.07	0.742	2	5			3>1
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	4.31	0.668	2	5			4>1,2,3
4. บริษัทจำกัด	47	4.64	0.673	3	5			

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	F	P	ผลการเปรียบเทียบ
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.61	0.805	1	5	1.669	0.174	ไม่มีความแตกต่าง
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	3.61	0.714	3	5			
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	3.81	0.754	3	5			
4. บริษัทจำกัด	47	3.49	0.585	2	5			
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.28	0.874	1	5	5.720	0.001*	มีความแตกต่าง 1,2>3,4
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	3.37	0.826	2	5			
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	3.02	0.921	2	5			
4. บริษัทจำกัด	47	2.79	0.549	2	4			
ด้านการให้บริการของพนักงาน								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.82	0.739	2	5	0.440	0.725	ไม่มีความแตกต่าง
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	3.87	0.653	3	5			
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	3.76	0.725	3	5			
4. บริษัทจำกัด	47	3.72	0.579	3	5			
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.94	1.044	1	5	2.092	0.101	ไม่มีความแตกต่าง
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	4.04	0.759	1	5			
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	3.93	0.866	2	5			
4. บริษัทจำกัด	47	4.30	0.507	3	5			
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	3.59	0.756	2	5	6.283	0.000*	มีความแตกต่าง 1>2,3 3>4
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	3.26	0.612	3	5			
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	3.52	0.818	2	5			
4. บริษัทจำกัด	47	3.15	0.360	3	4			
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ								
1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	4.09	0.716	2	5	6.850	0.000*	มีความแตกต่าง 2,3,4>1
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ	46	4.43	0.583	3	5			
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	4.39	0.564	3	5			
4. บริษัทจำกัด	47	4.45	0.619	2	5			

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้ บริการสินเชื่อ	Mean	ธุรกิจเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน สามัญ	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
		3.90	3.85	4.11	4.38
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	3.90	-	0.05 (0.706)	-0.21 (0.069)	-0.48 (0.000*)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3.85	-	-	-0.26 (0.084)	-0.53 (0.001*)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4.11	-	-	-	-0.27 (0.073)
บริษัทจำกัด	4.38	-	-	-	-
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					
	Mean	3.87	4.07	4.31	4.64
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	3.87	-	-0.20 (0.134)	-0.44 (0.000*)	-0.77 (0.000*)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	4.07	-	-	-0.24 (0.109)	-0.57 (0.000*)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4.31	-	-	-	-0.33 (0.037*)
บริษัทจำกัด	4.64	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
	Mean	3.28	3.37	3.02	2.79
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	3.28	-	-0.09 (0.515)	0.26 (0.047*)	0.49 (0.000*)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3.37	-	-	0.35 (0.037*)	0.58 (0.001*)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	-	-	-	0.23 (0.166)
บริษัทจำกัด	2.79	-	-	-	-

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ด้านลักษณะทางกายภาพ	Mean	ธุรกิจเจ้าของ	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด
		คนเดียว	สามัญ	จำกัด	
		3.59	3.26	3.52	3.15
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	3.59	-	0.33 (0.006*)	0.07 (0.532)	0.44 (0.000*)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3.26	-	-	-0.26 (0.069)	0.11 (0.444)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3.52	-	-	-	0.37 (0.009*)
บริษัทจำกัด	3.15	-	-	-	-
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ	Mean	ธุรกิจเจ้าของ	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด
		คนเดียว	สามัญ	จำกัด	
		4.09	4.43	4.39	4.45
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	4.09	-	-0.34 (0.002*)	-0.30 (0.004*)	-0.36 (0.001*)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	4.43	-	-	0.04 (0.729)	-0.02 (0.930)
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	4.39	-	-	-	-0.06 (0.661)
บริษัทจำกัด	4.45	-	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 และ 4.15 พบว่า ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ ทำให้ลักษณะของธุรกิจของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า

1. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

1.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะเจ้าของคนเดียว มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.48 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000

1.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.53 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

2.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะเจ้าของคนเดียว มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะ ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และ บริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.44 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และผลต่างค่าเฉลี่ย -0.77 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ตามลำดับ

2.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญ มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.57 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะห้างหุ้นส่วน จำกัด มีการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.33 ค่า Sig. เท่ากับ 0.037

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะเจ้าของคนเดียว มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.26 ค่า Sig. เท่ากับ 0.047 และผลต่างค่าเฉลี่ย 0.49 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ตามลำดับ

3.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญ มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และ บริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.35 ค่า Sig. เท่ากับ 0.037 และผลต่างค่าเฉลี่ย 0.58 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ตามลำดับ

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ

4.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะเจ้าของคนเดียว มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะ ห้างหุ้นส่วน สามัญ และบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.33 ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 และผลต่างค่าเฉลี่ย 0.44 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ตามลำดับ

4.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะห้างหุ้นส่วน จำกัด มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะบริษัทจำกัด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.37 ค่า Sig. เท่ากับ 0.009

5. ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ

5.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะเจ้าของคนเดียว มีการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.34 ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ผลต่างค่าเฉลี่ย -0.30 ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 และผลต่างค่าเฉลี่ย -0.36 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ภาพรวมการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้าจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ธุรกิจเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน สามัญ	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	F	P
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					6.112	0.000*
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.90	3.85	4.11	4.38		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.838	0.698	0.691	0.534		
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					13.956	0.000*
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.87	4.07	4.31	4.64		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.835	0.742	0.668	0.673		
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					1.669	0.174
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.61	3.61	3.81	3.49		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.805	0.714	0.754	0.585		
ด้านการส่งเสริมการตลาด					5.720	0.001*
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.28	3.37	3.02	2.79		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.874	0.826	0.921	0.549		
ด้านการให้บริการของพนักงาน					0.440	0.725
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.82	3.87	3.76	3.72		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.739	0.653	0.725	0.579		

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	ธุรกิจเจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน สามัญ	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	F	P
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ					2.092	0.101
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.94	4.04	3.93	4.30		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.044	0.759	0.866	0.507		
ด้านลักษณะทางกายภาพ					6.283	0.000*
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	3.59	3.26	3.52	3.15		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.756	0.612	0.818	0.360		
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ					6.850	0.000*
จำนวน	172	46	55	47		
ค่าเฉลี่ย	4.09	4.43	4.39	4.45		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.716	0.583	0.564	0.619		

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของ
ลูกค้าจำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่าสูงสุด	F	P	ผลการ เปรียบเทียบ
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1.สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	93	4.19	0.811	2	5	3.565	0.015*	มีความ
2.สินเชื่อยุทธศาสตร์	48	3.83	0.753	1	5			แตกต่าง
3.สินเชื่อโครงการพิเศษ	109	3.99	0.751	2	5			1>2,4
4.สินเชื่อนโยบาย	70	3.86	0.728	3	5			
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม								
1.สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	93	4.14	0.829	2	5	1.207	0.307	ไม่มีความ
2.สินเชื่อยุทธศาสตร์	48	4.06	0.727	3	5			แตกต่าง
3.สินเชื่อโครงการพิเศษ	109	4.15	0.815	2	5			
4.สินเชื่อนโยบาย	70	3.93	0.873	2	5			
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ								
1.สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	93	3.66	0.715	3	5	0.861	0.462	ไม่มีความ
2.สินเชื่อยุทธศาสตร์	48	3.67	0.883	2	5			แตกต่าง
3.สินเชื่อโครงการพิเศษ	109	3.67	0.721	2	5			
4.สินเชื่อนโยบาย	70	3.50	0.776	1	5			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อบริการลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า ต่ำสุด	ค่าสูงสุด	F	P	ผลการ เปรียบเทียบ
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1.สินเชื่อบริการทุกประเภท	93	3.32	0.874	2	5	7.350	0.000*	มีความ
2.สินเชื่อบริการเกษตร	48	2.67	0.724	1	4			แตกต่าง
3.สินเชื่อบริการพิเศษ	109	3.24	0.827	2	5			2>1,3,4
4.สินเชื่อบริการรายย่อย	70	3.24	0.842	1	5			
ด้านการให้บริการของพนักงาน								
1.สินเชื่อบริการทุกประเภท	93	4.01	0.699	3	5	4.956	0.002*	มีความ
2.สินเชื่อบริการเกษตร	48	3.56	0.681	3	5			แตกต่าง
3.สินเชื่อบริการพิเศษ	109	3.78	0.658	3	5			1>2,3,4
4.สินเชื่อบริการรายย่อย	70	3.74	0.736	2	5			
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ								
1.สินเชื่อบริการทุกประเภท	93	4.18	0.846	1	5	2.464	0.062	ไม่มีความ
2.สินเชื่อบริการเกษตร	48	3.77	0.928	1	5			แตกต่าง
3.สินเชื่อบริการพิเศษ	109	4.01	0.811	1	5			
4.สินเชื่อบริการรายย่อย	70	3.91	1.113	1	5			
ด้านลักษณะทางกายภาพ								
1.สินเชื่อบริการทุกประเภท	93	3.61	0.752	2	5	8.226	0.000*	มีความ
2.สินเชื่อบริการเกษตร	48	3.02	0.437	2	4			แตกต่าง
3.สินเชื่อบริการพิเศษ	109	3.53	0.727	3	5			2>1,3,4
4.สินเชื่อบริการรายย่อย	70	3.47	0.717	2	5			
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ								
1.สินเชื่อบริการทุกประเภท	93	4.26	0.641	2	5	1.384	0.248	ไม่มีความ
2.สินเชื่อบริการเกษตร	48	4.40	0.644	3	5			แตกต่าง
3.สินเชื่อบริการพิเศษ	109	4.22	0.672	2	5			
4.สินเชื่อบริการรายย่อย	70	4.14	0.748	2	5			

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ

ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้ บริการสินเชื่อ	Mean	ธุรกิจเจ้าของ	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด
		คนเดียว	สามัญ	จำกัด	
		4.19	3.83	3.99	3.86
สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	4.19	-	0.36 (0.008*)	0.20 (0.610)	0.33 (0.006*)
สินเชื่อยุทธศาสตร์	3.83	-	-	-0.16 (0.235)	-0.03 (0.868)
สินเชื่อโครงการพิเศษ	3.99	-	-	-	0.13 (0.255)
สินเชื่อนโยบาย	3.86	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด นโยบาย	Mean	ธุรกิจเจ้าของ	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด
		คนเดียว	สามัญ	จำกัด	
		3.32	2.67	3.24	3.24
สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	3.32	-	0.65 (0.000*)	0.08 (0.471)	0.08 (0.544)
สินเชื่อยุทธศาสตร์	2.67	-	-	-0.57 (0.000*)	-0.57 (0.000*)
สินเชื่อโครงการพิเศษ	3.24	-	-	-	0.00 (0.973)
สินเชื่อนโยบาย	3.24	-	-	-	-
ด้านการให้บริการของ พนักงาน	Mean	ธุรกิจเจ้าของ	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด
		คนเดียว	สามัญ	จำกัด	
		4.01	3.56	3.78	3.74
สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	4.01	-	0.45 (0.000*)	0.23 (0.019*)	0.27 (0.015*)
สินเชื่อยุทธศาสตร์	3.56	-	-	-0.22 (0.070)	-0.18 (0.165)
สินเชื่อโครงการพิเศษ	3.78	-	-	-	0.04 (0.727)
สินเชื่อนโยบาย	3.74	-	-	-	-

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด นโยบาย	Mean	ธุรกิจเจ้าของ	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด
		คนเดียว	สามัญ	จำกัด	
		3.61	3.02	3.53	3.47
สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	3.61	-	0.59 (0.000*)	0.08 (0.412)	0.14 (0.201)
สินเชื่อยุทธศาสตร์	3.02	-	-	-0.51 (0.000*)	-0.45 (0.001*)
สินเชื่อโครงการพิเศษ	3.53	-	-	-	0.06 (0.570)
สินเชื่อนโยบาย	3.47	-	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 และ 4.18 พบว่า ลูกค้านาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้าน ลักษณะทางกายภาพ และด้าน ตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ ทำให้ประเภทวงเงินสินเชื่อของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า

1. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

1. ผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ที่ถือสินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ที่ถือสินเชื่อยุทธศาสตร์ สินเชื่อโครงการพิเศษ และสินเชื่อ นโยบาย มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.36 ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 และ ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.33 ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ตามลำดับ

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ มากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ที่ถือสินเชื่อยุทธศาสตร์ สินเชื่อโครงการพิเศษ และสินเชื่อ นโยบาย มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.65 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000

2.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อ ยุทธศาสตร์ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ที่ถือสินเชื่อโครงการพิเศษ และสินเชื่อ นโยบาย มี ความแตกต่าง อย่างมี นัยสำคัญ โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.57 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และผลต่างค่าเฉลี่ย -0.57 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ตามลำดับ

3. ด้านการให้บริการของพนักงาน

3.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อยุทธศาสตร์ สินเชื่อโครงการพิเศษ และสินเชื่อนโยบาย มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.45 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.23 ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 และ ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.27 ค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ตามลำดับ

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ

4.1 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมากกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อยุทธศาสตร์ สินเชื่อโครงการพิเศษ และสินเชื่อนโยบาย มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.59 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000

4.2 ผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อยุทธศาสตร์ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ น้อยกว่าผู้ที่ดำเนินธุรกิจที่ถือสินเชื่อโครงการพิเศษ และสินเชื่อนโยบาย มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ -0.51 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และผลต่างค่าเฉลี่ย -0.45 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ภาพรวมการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ สินเชื่อของลูกค้ำจำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ

การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	สินเชื่อยุทธศาสตร์	สินเชื่อโครงการพิเศษ	สินเชื่อนโยบาย	F	P
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ					3.565	0.015*
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	4.19	3.83	3.99	3.86		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.811	0.753	0.751	0.728		
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					1.207	0.307
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	4.14	4.06	4.15	3.93		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.829	0.727	0.815	0.873		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

การตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการสินเชื่อ	สินเชื่อ วิสาหกิจ ทั่วไป	สินเชื่อ ยุทธศาสตร์	สินเชื่อโครงการ พิเศษ	สินเชื่อ นโยบาย	F	P
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ					0.861	0.462
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	3.66	3.67	3.67	3.50		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.715	0.883	0.721	0.776		
ด้านการส่งเสริมการตลาด					7.350	0.000*
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	3.32	2.67	3.24	3.24		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.874	0.724	0.827	0.842		
ด้านการให้บริการของพนักงาน					4.956	0.002*
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	4.01	3.56	3.78	3.74		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.699	0.681	0.658	0.736		
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ					2.464	0.062
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	4.18	3.77	4.01	3.91		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.846	0.928	0.811	0.1113		
ด้านลักษณะทางกายภาพ					8.226	0.000*
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	3.61	3.02	3.53	3.47		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.752	0.437	0.727	0.717		
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ					1.384	0.248
จำนวน	93	48	109	70		
ค่าเฉลี่ย	4.26	4.40	4.22	4.14		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.641	0.644	0.672	0.748		

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของ
ลูกค้า

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านนโยบายรัฐบาล
และด้านการแข่งขันทางธุรกิจ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าโดยรวม

ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้า	ค่า r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.462	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.562	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.494	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านนโยบายรัฐบาล และด้านการแข่งขันทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.40 - 0.59 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง) กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อแบบ
รายด้าน

ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อของลูกค้า (รายด้าน)	ค่า r	P	ระดับความสัมพันธ์
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.117	0.036*	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.328	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.415	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.132	0.019*	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.437	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.287	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า (รายด้าน)	t	P	ระดับความสัมพันธ์
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.494	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.439	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.267	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.668	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับสูงในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.518	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.372	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านการให้บริการของพนักงาน			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.471	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.412	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.362	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	-0.151	0.007*	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้าม
ด้านนโยบายรัฐบาล	-0.028	0.622	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.227	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.593	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.523	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.297	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน
ด้านตัววัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ			
ด้านภาวะเศรษฐกิจ	0.593	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายรัฐบาล	0.523	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	0.297	0.000*	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านนโยบายรัฐบาล และด้านการแข่งขันทางธุรกิจ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของลูกค้า เป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านภาวะเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ระดับ ต่ำในทิศทางเดียวกัน ด้านนโยบายรัฐบาลมีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ ใน

ตารางที่ 4.22 แสดงสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	แสดงผล
ประเภทธุรกิจ			
ธุรกิจการค้าปลีก	97	30.3	มากที่สุด
ธุรกิจการบริการ	92	28.8	รองลงมา
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ			
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	166	51.9	มากที่สุด
3 - 5 ปี	86	26.9	รองลงมา
ขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)			
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	234	73.1	มากที่สุด
มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	79	24.7	รองลงมา
ลักษณะธุรกิจ			
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	172	53.7	มากที่สุด
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	55	17.2	รองลงมา
ประเภทวงเงินสินเชื่อ			
สินเชื่อโครงการพิเศษ	109	34.1	มากที่สุด
สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป	93	29.0	รองลงมา

ตารางที่ 4.23 แสดงสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม เป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	\bar{x}	S.D.	แสดงผล
ด้านภาวะเศรษฐกิจ			
การปรับราคาสินค้า / อัตราเงินเฟ้อ	3.41	0.680	มากที่สุด
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา	2.35	0.945	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	\bar{x}	S.D.	แสดงผล
ด้านนโยบายรัฐบาล			
การปรับขึ้น / ลง ของอัตราดอกเบี้ย	3.81	0.784	มากที่สุด
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุน ไปประเทศเพื่อนบ้าน	2.63	1.178	น้อยที่สุด
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ			
ความได้เปรียบ / เสียเปรียบจากคู่แข่ง	3.68	0.691	มากที่สุด
ความพร้อมเรื่องเทคโนโลยีในธุรกิจ	3.42	0.804	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.24 แสดง สรุปผลข้อมูล ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ เป็น
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการสินเชื่อ

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก ใช้บริการสินเชื่อ	\bar{x}	S.D.	แสดงผล
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ			
เงื่อนไขการผ่อนชำระ มีช่วงระยะเวลา ปลอดชำระคืนเงินต้น	4.03	0.761	มากที่สุด
สัดส่วนวงเงินกู้ร้อยละ 80 ของมูลค่า หลักประกัน	3.88	0.787	น้อยที่สุด
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม			
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ	4.39	0.722	มากที่สุด
ค่าปรับชำระหนี้ก่อนกำหนดต่ำ	3.82	0.814	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก ใช้บริการสินเชื่อ	\bar{x}	S.D.	แสดงผล
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ			
สถานที่ตั้งของธนาคารใกล้แหล่งชุมชน	3.78	0.728	มากที่สุด
จัดงานออกบูธ ให้บริการนอกสถานที่	3.39	0.772	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
การจัดอบรมสัมมนาให้กับลูกค้าธนาคาร	3.36	0.737	มากที่สุด
การแจกของกำนันและของที่ระลึกจากธนาคาร	3.00	0.934	น้อยที่สุด
ด้านการให้บริการของพนักงาน			
พนักงานมีจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์	3.87	0.712	มากที่สุด
มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.51	0.699	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ			
แบบฟอร์มคำขอสินเชื่ออ่านเข้าใจง่าย	4.14	0.693	มากที่สุด
ระยะเวลาในการตอบปฏิเสธหรือชะลอ สินเชื่อมีความเหมาะสม	3.85	0.905	น้อยที่สุด
การให้บริการมีความถูกต้อง รวดเร็ว	3.85	0.899	น้อยที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ			
พื้นที่ให้บริการมีความสะอาด สวยงาม กว้างขวาง	3.57	0.692	มากที่สุด
แสงสว่าง ความเย็น เครื่องปรับอากาศ ภายในธนาคาร	3.45	0.702	น้อยที่สุด
เครื่องมือ เครื่องใช้ มีความทันสมัย	3.45	0.684	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก ใช้บริการสินเชื่อ	\bar{x}	S.D.	แสดงผล
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ			
การมีวินัยในตนเองในการชำระหนี้	4.43	0.604	มากที่สุด
ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ที่อาจกระทบกับ รายได้และความสามารถในการชำระหนี้	3.83	0.868	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.25 แสดงสรุปผลข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ เป็น
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกใ้
บริการสินเชื่อ (ในภาพรวมทุกด้าน)

ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	\bar{x}	S.D.	อันดับ
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	3.97	0.687	3
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	4.05	0.656	2
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	3.59	0.640	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20	0.648	7
ด้านการให้บริการของพนักงาน	3.76	0.631	4
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ	3.97	0.779	3
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.49	0.635	6
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	4.14	0.532	1

ตารางที่ 4.26 สรุปผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
จำแนกตามประเภทธุรกิจ		
- ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านการให้บริการของพนักงาน	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
- ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านการให้บริการของพนักงาน	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
จำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)		
- ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านการให้บริการของพนักงาน	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
จำแนกตามลักษณะธุรกิจ		
- ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านการให้บริการของพนักงาน	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่างกัน
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน
- ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ		
- ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่าง
- ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	One - way ANOVA	ไม่แตกต่าง
- ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่าง
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	One - way ANOVA + LSD	แตกต่าง
- ด้านการให้บริการของพนักงาน	One - way ANOVA + LSD	แตกต่าง
- ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่าง
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	One - way ANOVA + LSD	แตกต่าง
- ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อ	One - way ANOVA	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.27 สรุปผลการทดสอบปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
- ด้านภาวะเศรษฐกิจ	Pearson Correlation	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
- ด้านนโยบายรัฐบาล	Pearson Correlation	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน
- ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	Pearson Correlation	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ กรณีศึกษา : ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสำรวจมุมมองของลูกค้าหรือ ผู้ประกอบการ มาคิดค้นการบริการใหม่ๆ และเป็นการช่วยให้ธนาคารฯ มีฐานข้อมูลลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินการของธนาคาร มีผลกำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะสาขาขนาดใหญ่ 2 สาขา ในสังกัดเขต 3 คือ สาขาพระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา และสาขานครสวรรค์ จ.นครสวรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 320 ราย ในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2555 ถึงเดือน มกราคม 2556 เครื่องมือที่ใช้ในการ วิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาโดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ และส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ โดยผู้ศึกษาได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนา ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เปรียบเทียบความแตกต่าง และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติอ้างอิง One-way ANOVA และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation : r) ของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation) ได้ผลการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจค้าปลีก ร้อยละ 30.3 รองลงมาประกอบธุรกิจการบริการ ร้อยละ 28.8 ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไป 51.9 รองลงมาดำเนินธุรกิจ 3-5 ปี ร้อยละ 26.9 มีขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 10 ล้านบาท ร้อยละ 73.1 รองลงมา มีขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท ร้อยละ 24.7 มีลักษณะของธุรกิจแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว

ร้อยละ 53.7 รองลงมามีลักษณะของธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 17.2 และมีวงเงินสินเชื่อประเภทสินเชื่อโครงการพิเศษ ร้อยละ 34.1 รองลงมามีวงเงินสินเชื่อประเภทสินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป ร้อยละ 29.0

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อด้านการแข่งขันทางธุรกิจระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านนโยบายรัฐบาลระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และด้านภาวะเศรษฐกิจระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$)

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อด้านเงื่อนไขในการขอสินเชื่อระดับมากด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ด้านกระบวนการขอสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการให้บริการของพนักงานระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านลักษณะทางกายภาพระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) และด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก ($\bar{X} = 3.20$)

ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ได้แก่ ควรมีการลดจำนวนเอกสาร และลดขั้นตอนในการขอกู้เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ในการขอกู้ ควรมีการเพิ่มช่องทางในการชำระเงินกู้ให้มากขึ้นเพื่อความสะดวก ควรมีรูปแบบการพิจารณาสินเชื่อที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ เพื่อความรวดเร็วและเหมาะสม ควรปรับเวลาในการพิจารณาสินเชื่อให้รวดเร็วขึ้น ควรมีการปรับวงเงินกู้เพิ่มเติมให้ลูกค้าที่จ่ายชำระสม่ำเสมอ ปรับลดดอกเบี้ยลูกค้าที่ชำระดีสม่ำเสมอ และควรมีการแจ้งความคืบหน้าหรือความเคลื่อนไหวต่างๆ ของธนาคารที่เป็นปัจจุบันต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จำแนกตามประเภทธุรกิจได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้าน ลักษณะทาง กายภาพ และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ ใช้สินเชื่อ ทำให้ประเภทของธุรกิจของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้าน ลักษณะทางกายภาพ

และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ ทำให้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของลูกค้านำต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จำแนกตามขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ ทำให้ขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน) ของลูกค้านำต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ ทำให้ลักษณะของธุรกิจของลูกค้านำต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ ได้แก่ ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการให้บริการของพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ ทำให้ประเภทวงเงินสินเชื่อของลูกค้านำต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านนโยบายรัฐบาล และด้านการแข่งขันทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.40 - 0.59 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านานาชาติ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

1. ลูกค้านานาชาติพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้านานาชาติในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านการแข่งขันทางธุรกิจระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านนโยบายรัฐบาลระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และด้านภาวะเศรษฐกิจระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิฑูรย์ ชะฎา (2554) ได้ศึกษาผลกระทบต่อลูกค้านานาชาติในกลุ่มลูกค้านานาชาติ SMEs ทีมลูกค้านานาชาติผู้ประกอบการ 1 ท่าแพ เชียงใหม่ ธนาคารกสิกรไทย จากการศึกษาพบว่า ลูกค้านานาชาติส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประกอบธุรกิจประเภทบุคคล โดยภาพรวมมีผลกระทบอยู่ระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยซึ่งมีผลกระทบอยู่ระดับมากคือ ปัจจัยจากผู้กู้ เช่น ขาดความรู้

และประสบการณ์ในการบริหาร หลักประกันการขอสินเชื่อไม่เพียงพอ ขาดสภาพคล่องทางการเงิน และที่มีผลกระทบอยู่ในระดับปานกลางคือ ปัจจัยธนาคาร เช่น อัตราดอกเบี้ย ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และปัจจัยสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะเศรษฐกิจ การก่อความไม่สงบภายในประเทศ นโยบายรัฐบาล ภัยธรรมชาติ การแข่งขันทางธุรกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการวิเคราะห์ของนักวิเคราะห์ทางการเงิน และพิภพ วงศานันท์ (2553) ได้ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าบริษัท CITI ADVANCE สาขาเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้านคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการบริการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. ลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ การเลือกใช้บริการ สินเชื่อ ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ขอสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ด้านกระบวนการขอสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการให้บริการของพนักงานระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) ด้านช่องทางการเลือกใช้บริการสินเชื่อระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านลักษณะทางกายภาพระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) และด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก ($\bar{X} = 3.20$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของโชคชัย รวมทวี (2552) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจบริการประเภทเจ้าของคนเดีย ขว ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อยู่ระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน เช่น ความกระตือรือร้นต่อลูกค้า มีความซื่อสัตย์ อหยาศัยดี สามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้ดี ด้านกายภาพ เช่น อาคารสำนักงาน มีความสะอาด อุปกรณ์เครื่องใช้ทันสมัย ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่หลากหลาย วงเงิน เงื่อนไข ระยะเวลาการผ่อนชำระเหมาะสม ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น ท่าเลที่ตั้ง การเดินทางมาธนาคารสะดวก ที่จอดรถเพียงพอ มีการให้บริการนอกสถานที่ ด้านราคา เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าประเมิน ค่าปรับชำระหนี้ล่าช้า และชำระหนี้ก่อนกำหนดก่อนข้างต่ำ ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ จัดอบรมสัมมนา จัดนิทรรศการ การแนะนำจากเครือข่ายพันธมิตร และการแจกของที่ระลึก ด้านกระบวนการพิจารณาสินเชื่อ เช่น แบบฟอร์มคำขอสินเชื่ออ่านเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก ระยะเวลาในการขออนุมัติสินเชื่อเหมาะสม และปรีดา เรืองฤทธิ์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าธุรกิจขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จาก

การศึกษาพบว่า ลูกค้าธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ส่วนปัจจัยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ลูกค้าให้ความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านราคา ปัจจัยซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัญหา ที่พบ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีเพียงเรื่องเดียวที่เป็นปัญหามาก คือสถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ รองลงมาคือ ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารสำคัญจากธนาคาร และปัญหาในระดับน้อยคือ ข้อเสนอแนะในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการศึกษพบว่า ลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านนโยบายรัฐบาล และด้านการแข่งขันทางธุรกิจระดับมาก ส่วนในด้านภาวะเศรษฐกิจระดับปานกลาง ถ้าพิจารณาความคิดเห็นย่อยของด้านภาวะเศรษฐกิจ พบว่า ในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และการวิเคราะห์ทางการเงินของนักวิเคราะห์ในประเทศ มีระดับของความคิดเห็นอยู่ในระดับที่คะแนนน้อยที่สุด เพราะฉะนั้นจึงควรมีการให้ความรู้เพิ่มเติมกับนักวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อที่จะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี
2. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของ ลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พบว่า ควรมีการลดจำนวนเอกสาร และลดขั้นตอนในการขอกู้เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการขอกู้ ควรมีการเพิ่มช่องทางในการชำระเงินกู้ให้มากขึ้น เพื่อความสะดวกควรมีรูปแบบการพิจารณาสินเชื่อที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ เพื่อความรวดเร็วและเหมาะสม ควรปรับเวลาในการพิจารณาสินเชื่อให้รวดเร็วขึ้น ควรมีการปรับวงเงินกู้เพิ่มเติมให้ลูกค้าที่จ่ายชำระสม่ำเสมอ ปรับลดดอกเบี้ยลูกค้าที่ชำระดีสม่ำเสมอ และควรมีการแจ้งความคืบหน้าหรือความเคลื่อนไหวต่างๆ ของธนาคารที่เป็นปัจจุบันต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
3. ควรมีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่วิเคราะห์ ตลอดจนมีระบบประเมินผลลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อการปล่อยสินเชื่อที่มีคุณภาพ และแก้ปัญหาให้ผู้กู้ได้อย่างทันท่วงที

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรมีการขยายผลโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น ลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ เพื่อที่จะได้ทราบข้อแตกต่าง และความหลากหลายของข้อมูล

2. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและครบถ้วนในภาพกว้าง และเชิงลึก

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยธนาคาร เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า

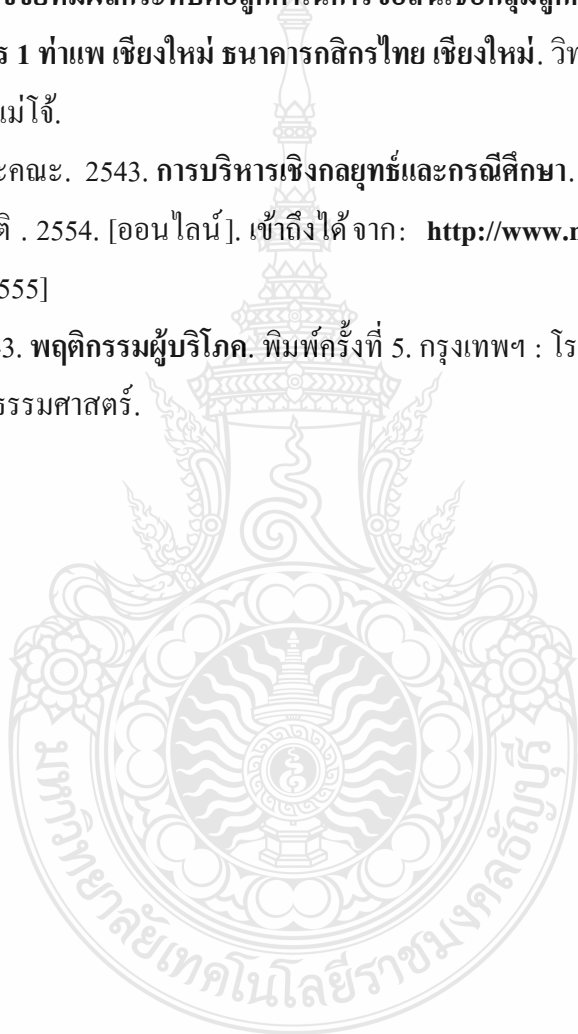


บรรณานุกรม

- จิรพร นิรมิตเจียรพันธุ์. 2550. คุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาเถิน อำเภอเถินจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- โชคชัย รวมทวี. 2552. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในเขตจังหวัดสุรินทร์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนากร มิตตะกั้ง. 2548. ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธัญญารัตน บุญตอ. 2552. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเวสติน แกรนด์ สุขุมวิท. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : บิซิเนสสตาร์แอนด์ดี.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, แปลและเรียบเรียง. 2547. **MARKETING MANAGEMENT : courier/kendallville usa person education limited.** โดย Philip Kotler.
- “แนวคิดและทฤษฎี วรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Group MP3,” 2555. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.learners.in.th/blogs/posts/>, [สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2555]
- ปรีดา เรืองฤทธิ์. 2551. ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าธุรกิจขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พิภพ วงศานันท์. 2553. การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าบริษัท CITI ADVANCE สาขาเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รายงานประจำปี 2554 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. 2554. “การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.smebank.co.th> [สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2555]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รุ่งโรจน์ โรยเรณู. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านานาชาติกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ พระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วิฑูรย์ ชะฎา. 2554. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อลูกค้าในการขอสินเชื่อกลุ่มลูกค้า SMEs ที่มีลูกค้าผู้ประกอบการ 1 ท่าแพ เชียงใหม่ ธนาคารกสิกรไทย เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543. การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานสถิติแห่งชาติ . 2554. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.nso.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2555]
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

กรณีศึกษา : ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามความคิดเห็นนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขาขนาดใหญ่ ในสังกัดเขต 3 แบบสอบถามนี้ทั้งหมด 4 ตอน คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น การนำเสนอข้อมูลจะนำเสนอโดยภาพรวม ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจ หน้าที่การงานของท่าน ดังนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง หรือตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของท่านให้มากที่สุด

การ คั่นคว่ำอิสระ ครั้งนี้จะสำเร็จลงมิได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จึงขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำแนะนำ

- แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
 - ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม
 - ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ
 - ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ
- โปรดอ่านคำชี้แจงในการตอบแบบสอบถามแต่ละตอน และกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับความรู้สึก หรือความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านมากที่สุด

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ผู้ศึกษา

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการ เลือกใช้บริการ สินเชื่อ กรณีศึกษา : ธนาคารพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 1 (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่กำหนดให้ตามความเป็น
จริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 30 ปี

2. 31-40 ปี

3. 41-50 ปี

4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า

2. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

3. ปริญญาตรี

4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

1. ไม่เกิน 30,000 บาท

2. 30,001 - 50,000 บาท

3. 50,001 - 100,000 บาท

4. มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

5. ระยะเวลาในการกู้ยืม (ตามสัญญา)

1. ไม่เกิน 5 ปี

2. 6 - 10 ปี

3. 11 - 15 ปี

ตอนที่ 1 (2) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่กำหนดให้ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. ท่านดำเนินธุรกิจประเภทใด

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ธุรกิจการผลิต | 2. <input type="checkbox"/> ธุรกิจการบริการ |
| 3. <input type="checkbox"/> ธุรกิจการค้าส่ง | 4. <input type="checkbox"/> ธุรกิจการค้าปลีก |

2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | 2. <input type="checkbox"/> 1-2 ปี |
| 3. <input type="checkbox"/> 3-5 ปี | 4. <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ปีขึ้นไป |

3. ขนาดของธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน (ไม่รวมที่ดิน)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 10 ล้านบาท | 2. <input type="checkbox"/> มากกว่า 11 แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท |
| 3. <input type="checkbox"/> เกิน 51 แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท | 4. <input type="checkbox"/> เกิน 101 แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท |

4. ลักษณะธุรกิจ

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ธุรกิจเจ้าของคนเดียว | 2. <input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วนสามัญ |
| 3. <input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วนจำกัด | 4. <input type="checkbox"/> บริษัทจำกัด |

5. ประเภทวงเงินสินเชื่อ

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> สินเชื่อวิสาหกิจทั่วไป | 2. <input type="checkbox"/> สินเชื่อยุทธศาสตร์ |
| 3. <input type="checkbox"/> สินเชื่อโครงการพิเศษ | 4. <input type="checkbox"/> สินเชื่อนโยบาย |

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ ที่	ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านภาวะเศรษฐกิจ						
1	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา					
2	การปรับราคาน้ำมัน					
3	การปรับราคาสินค้า / อัตราเงินเฟ้อ					
4	ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางเทคโนโลยีเกี่ยวกับธุรกิจ					
5	การวิเคราะห์ทางการเงินของนักวิเคราะห์ในประเทศ					
ด้านนโยบายรัฐบาล						
6	การปรับขึ้น / ลง ของอัตราดอกเบี้ย					
7	การปรับขึ้น / ลง ของภาษีเงินได้นิติบุคคล					
8	การปรับขึ้น / ลง ของค่าแรง					
9	การส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งเงินทุน					
10	การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนไป ประเทศเพื่อนบ้าน					
ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ						
11	คู่แข่งในธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมเดียวกัน					
12	ความได้เปรียบ / เสียเปรียบจากคู่แข่ง					
13	อำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ / ผู้ขาย					
14	สินค้าทดแทนในธุรกิจ					
15	ความพร้อมเรื่องเทคโนโลยีในธุรกิจ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ ที่	ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ						
16	วงเงินสินเชื่อเหมาะสมกับธุรกิจ					
17	เงื่อนไขการผ่อนชำระ มีช่วงระยะเวลาปลอดชำระคืน เงินต้น					
18	จำนวนเงินงวดที่ผ่อนชำระในแต่ละงวด เหมาะสม					
19	ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้มีความเหมาะสม					
20	สัดส่วนวงเงินกู้อยู่ยล 80 ของมูลค่าหลักประกัน					
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม						
21	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ					
22	ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม					
23	ค่าประเมินราคาหลักประกันต่ำ					
24	ค่าปรับชำระหนี้ล่าช้าต่ำ					
25	ค่าปรับชำระหนี้ก่อนกำหนดต่ำ					
ด้านช่องทางในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ						
26	สถานที่ตั้งของธนาคารใกล้แหล่งชุมชน					
27	การเดินทางมาธนาคารสะดวก					
28	สถานที่จอดรถเพียงพอ					
29	บริการสินเชื่อถึงลูกค้าโดยตรง					
30	จัดงานออกบูธ ให้บริการนอกสถานที่					

ลำดับ ที่	ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
31	ป้ายประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคาร					
32	การให้ข้อมูลข่าวสารธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว วิทยุ อินเทอร์เน็ต					
33	การจัดอบรมสัมมนาให้กับลูกค้าธนาคาร					
34	การแนะนำจากหน่วยงานพันธมิตร และจากเพื่อน					
35	การแจกของกำนัล และของที่ระลึกจากธนาคาร					
ด้านการให้บริการของพนักงาน						
36	มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ					
37	พนักงานมีความรู้ สามารถแนะนำข้อมูลบริการแก่ ลูกค้า ได้เป็นอย่างดี ชัดเจน เข้าใจง่าย					
38	พนักงานมีมารยาทดี อธิบายดี มีความเป็นกันเอง					
39	พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และ พร้อมให้บริการ					
40	พนักงานมีจรรยาบรรณ และความซื่อสัตย์					
ด้านกระบวนการขอสินเชื่อ						
41	แบบฟอร์มคำขอสินเชื่ออ่านเข้าใจง่าย					
42	เอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน					
43	ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อมีความเหมาะสม					
44	ระยะเวลาในการตอบปฏิเสธหรือชะลอสินเชื่อ มีความเหมาะสม					
45	การให้บริการมีความถูกต้อง รวดเร็ว					

ลำดับ ที่	ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สินเชื่อ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
46	พื้นที่ให้บริการมีความสะอาด สวยงาม กว้างขวาง					
47	มีสถานที่ที่จัดให้ลูกค้ารอรับบริการเพียงพอ สะดวก สบาย					
48	แสงสว่าง ความเย็น เครื่องปรับอากาศ ภายในธนาคาร					
49	เครื่องมือ เครื่องใช้ มีความทันสมัย					
50	มีบริการอื่น ๆ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ ไว้บริการ ลูกค้า					
ด้านตัวชี้วัดเครดิตของผู้ใช้สินเชื่อ						
51	การมีวินัยในตนเองในการชำระหนี้					
52	ความสามารถในการชำระหนี้คืน (รายได้)					
53	เงินทุน หรือสินทรัพย์ของกิจการ					
54	มูลค่าของหลักประกัน					
55	ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ที่อาจกระทบกับรายได้ และความสามารถในการชำระหนี้					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณาเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อการพัฒนาการ
ให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร

ความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวพรทิพย์ สุวรรณพุ่ม
วัน เดือน ปีเกิด	28 ธันวาคม 2514
ที่อยู่	34/169 หมู่ 3 หมู่บ้านภัสสร 2 ถนนเลียบคลองสาม ต. คลองสาม อ. คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
การศึกษา	ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ สาขาการจัดการทั่วไป (บัญชี) มหาวิทยาลัยสถาบันราชภัฏนครสวรรค์ พ.ศ. 2541 ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์การทำงาน	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่ ระดับ 6 โทรศัพท์ 089-104-1828
อีเมล	Pornthip.s@smebank.co.th

