

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยว พฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยวจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 123 ราย การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก ให้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างตอบว่า มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อมากหรือน้อยโดยให้คะแนนเป็น 2 และ 1 ตามลำดับ แล้วนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ดำเนินธุรกิจลักษณะผู้ประกอบการคนเดียว ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 6 – 10 ปี มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป และมีค่าใช้จ่ายของธุรกิจเฉลี่ยต่อเดือน 100,000 – 300,000 บาท ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจาก ธพว. เป็นธนาคารของรัฐและเน้นให้เงินกู้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พนักงานมีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี และธนาคารมีบริการให้คำปรึกษาและช่วยประชาสัมพันธ์ อันดับสองได้แก่ กลุ่มตัวอย่างได้รับคำแนะนำจากญาติหรือเพื่อนให้มาใช้บริการ ธพว. และอันดับสามได้แก่ กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินจึงต้องการ Refinance

ส่วนพฤติกรรมในการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการกู้เงินเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจและนำเงินไปปรับปรุงและขยายกิจการสินเชื่อที่ให้บริการคือสินเชื่อเงินกู้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อทั่วไปที่มีวงเงินกู้ต่ำกว่า 5 ล้านบาท และสินเชื่อ Fast Track ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่เคยผิคนัดชำระหนี้กับ ธพว. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าได้รับเงินกู้ที่เพียงพอและเหมาะสม

This study aimed to examine factors affecting the clients' use of credit for tourism business from SME Development Bank in Chiang Mai Province and to learn about their borrowing behavior and their satisfaction. Information was collected by questionnaire interview from 123 clients of SME Development Bank who used the loans for tourism business. Six factors were hypothesized to affect the clients' choice to apply for loans for tourism business from the Bank. The questionnaire respondents were asked to assign the score of 2 to factors having high influence and 1 to those with low influence. The ranking of factors was based on the average scores. The analysis on the bank clients' behavior was performed on the basis of descriptive statistics.

The finding indicated the majority of samples under study could be described as sole owner – operator of tourism business running hotel and resort services in the city area of Chiang Mai Province for 6 – 10 years, getting average gross income over 300,000 baht per month, and spending for the business costs in the range of 100,000 – 300,000 baht per month. The most decisive market factor for the clients to select the tourism business loans from the SME Development Bank was found to be the service processes because the bank is state owned with the mission to provide loans to small – and medium – sized enterprises, the bank staff have excellent advisory capability, and the bank provides consultation services and assistance in publicity. The next most influential factor appeared to be advice from relatives or friends to use this bank's services, followed by the need for refinance factor in case the clients had problem concerning lack of financial liquidity.

On tourism business credit using behavior, most bank clients were found to have the borrowing objectives to get working fund for running the business and to use the money for improvement and expansion of the business. The credit service of their choice was general loan with loan size under 5 million baht as well as Fast Track loan. Most samples under study had no history of loan defaults with SME Development Bank, and they felt satisfied with the use of loans for tourism business as they got adequate and appropriate loans.