

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยวจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ได้้นำแนวคิดเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์สินเชื่อ (นโยบาย 6 C's และ 5 P's) และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการมาศึกษาและปรับใช้กับการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์สินเชื่อ

วาสนา สิงห์โกวินทร์ (2547) กล่าวว่าวัตถุประสงค์หลักของการพิจารณาให้สินเชื่อก็คือ ต้องการให้ผู้ขอสินเชื่อสามารถนำเงินนั้นไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ และได้รับผลกำไรจากการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถชำระเงินคืนให้กับผู้ให้สินเชื่อได้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย โดยมีหลักเกณฑ์พื้นฐานเบื้องต้นในการวิเคราะห์สินเชื่อดังนี้

นโยบาย 6C'S เพื่อการวิเคราะห์สินเชื่อ

1. คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ (Character) พิจารณาว่าผู้ขอสินเชื่อมีความตั้งใจและความเต็มใจในการชำระหนี้หรือไม่ เช่น พิจารณาประวัติส่วนตัว ประวัติเฉพาะด้าน ประสบการณ์ การจ้างองค์กร ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ผู้วิเคราะห์สินเชื่อจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณอย่างละเอียดในการวิเคราะห์คุณสมบัติภายในของแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากในการจำแนกคุณสมบัติของแต่ละบุคคลเพื่อให้แน่ใจได้ว่ามีความซื่อสัตย์ มีความเต็มใจและความพยายามในการที่จะชำระหนี้สินอย่างแน่นอน แต่ก็สามารถสรุปถึงส่วนประกอบในการวิเคราะห์คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อในประเด็นดังนี้ คือ

กรณีบุคคลธรรมดา

- 1) ความรับผิดชอบในงาน
- 2) ความมั่นคงในหน้าที่การงาน
- 3) ความซื่อสัตย์สุจริต

- 4) ความเป็นอยู่และอุปนิสัยในการใช้จ่ายเงิน
- 5) สถานะทางด้านครอบครัว สถานะการสมรส
- 6) ชื่อเสียง
- 7) ความตรงต่อเวลา
- 8) ความเสมอต้นเสมอปลาย

กรณีนิติบุคคล

- 1) นโยบายทางการจัดการ
- 2) นโยบายในการแข่งขัน
- 3) ประวัติการทำงานในธุรกิจประเภทนี้
- 4) ประวัติการชำระหนี้ของบริษัทฯ
- 5) นโยบายในการชำระหนี้เพื่อให้ได้รับส่วนลด
- 6) วิธีการและการปฏิบัติในการชำระหนี้
- 7) คดีความฟ้องร้องทางกฎหมาย
- 8) อุปนิสัยของฝ่ายบริหาร

2. ความสามารถในการหารายได้มาเพื่อชำระหนี้ (Capacity) คำนึงถึงความสามารถในการหารายได้ของผู้กู้มาเพื่อชำระหนี้ได้ตามกำหนดเวลาและตามที่ได้ตกลงกันได้ พิจารณาจากรายได้ประจำ รายได้พิเศษ ลักษณะหน้าที่งาน ความสามารถในการหารายได้ สุขภาพ สถานภาพการสมรส ภาระหนี้สินที่กิจการมีอยู่ แบบแผนการใช้จ่าย การครองชีพ

เนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการกำหนดความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ ดังนั้นเราจึงควรพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบกระเทือนต่อรายได้ อันประกอบด้วย ยอดขาย ลักษณะและขนาดของธุรกิจ ราคา คุณภาพของสินค้า วัตถุดิบ การแข่งขัน ต้นทุนในการผลิต เทคโนโลยีการผลิต การเก็บรักษาสินค้า การทำกำไร ส่วนแบ่งตลาด นโยบายการบริหารงาน พิจารณา SWOT Analysis (ข้อดี ข้อเสีย โอกาส อุปสรรค)

3. ระดับเงินทุน (Capital) หมายถึง ส่วนของสินทรัพย์ที่มีมากกว่าหนี้สิน ซึ่งอาจจะได้จากส่วนของผู้อื้อหุ้นหรือสินทรัพย์สุทธิของกิจการ เพื่อเป็นหลักประกันความปลอดภัยในกรณีที่คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อไม่ค่อยดี เป็นการพิจารณาถึงความมั่นคงและความเข้มแข็งทางการเงินของลูกค้านี้ได้จาก ส่วนทุน Equity ซึ่งเป็นเครื่องมือที่รับรองว่าธุรกิจจะสามารถชำระหนี้สินโดยใช้เงินทุนที่กิจการมีอยู่ได้ถึงแม้จะเกิดความผิดพลาดล้มเหลวในเรื่องคุณสมบัติหรือความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคต ซึ่งถ้าหากกิจการมีส่วนทุนค่อนข้างมาก ก็จะทำให้ผู้ให้

สินเชื่อเกิดความมั่นใจในการที่จะได้รับชำระคืนตามจำนวนเงินและกำหนดระยะเวลาที่ได้ตกลงกันไว้ พร้อมทั้งพิจารณาถึงอัตราส่วน D/E Ratio (สัดส่วนของหนี้สินต่อเงินทุน) และ ROE (อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น) ประกอบกันด้วยว่าในอัตราเท่าใดจึงจะเหมาะสมกับกิจการมากที่สุด

4. หลักประกัน (Collateral) จะต้องพิจารณาในแง่ของคุณภาพและสภาพคล่องของหลักประกัน เพื่อที่จะทำให้เจ้าหนี้เกิดความอุ่นใจได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้ลูกหนี้ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงระหว่างกันได้ สำหรับประเภทของหลักประกันนั้นอาจเป็นหลักทรัพย์หรือสินทรัพย์ต่างๆ ที่กิจการมีกรรมสิทธิ์ หรืออาจจะเป็นการค้ำประกันโดยบุคคลที่สถาบันการเงินผู้ให้กู้ได้พิจารณาแล้วว่าเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือและมีฐานะการเงินดี

5. สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ (Condition)

- 1) สภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทั้งภายในและต่างประเทศ ตลอดจนเศรษฐกิจโลกด้วย
- 2) สถานการณ์ทางการเมือง ตลอดจนนโยบายของรัฐบาล
- 3) ภาพการณ์แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน
- 4) เจื่อนใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจหรือในภาวะอุตสาหกรรม
- 5) เจื่อนใจต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับลูกหนี้
- 6) การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี กฎหมาย ภาษี การตลาด การผลิต

6. ประเทศที่ติดต่อการค้าด้วย (Country) มักจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้านำมาดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่เกี่ยวข้องกับกิจการของลูกหนี้ พิจารณาถึงภาวะการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศที่ติดต่อการค้าระหว่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับทางด้านเอกสารและการปฏิบัติทางการค้าจะมีความแตกต่างกัน มักจะเกี่ยวข้องกับการนำเข้าและการส่งออกสินค้า หรือแม้กระทั่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า

นโยบาย 5P'S เพื่อการวิเคราะห์สินเชื่อ

1. ประวัติของผู้ขอสินเชื่อ (People) เป็นการวิเคราะห์ประวัติส่วนตัวและเรื่องราวต่างๆ ของผู้ขอสินเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นอุปนิสัยใจคอ ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว อายุ ประวัติการศึกษา ความสามารถ ความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือให้ทราบถึงความตั้งใจในการชำระหนี้สินของผู้ขอสินเชื่อ รวมถึงการแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการให้ความร่วมมือกับผู้ให้สินเชื่ออีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ (Purpose) ในการติดต่อขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน ลูกค้านำมาเป็นจะต้องแจ้งให้ผู้ให้สินเชื่อทราบว่าให้นำสินเชื่อไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด อาจจะเป็น

เงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า หรือเพื่อเป็นการสร้างหรือลงทุนในสินทรัพย์ถาวรหรือเอาไปชำระหนี้ หรือเพื่อเป็นส่วนทุนก็ได้ และเมื่อผู้ให้กู้ยืมได้พิจารณาอนุมัติเงินสินเชื่อไปแล้ว ก็มีความจำเป็นที่จะต้องทำการติดตามและตรวจสอบว่าลูกหนี้ได้นำเงินเชื่อไปใช้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตกลงกันไว้ หรือไม่ อย่างไร

3. การชำระหนี้ (Payment) จะพิจารณาถึงความสามารถในการหารายได้มาชำระหนี้ให้กับสถาบันการเงินผู้ให้สินเชื่อ ภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือตกลงไว้ โดยผู้ให้สินเชื่อจะคำนึงถึงแหล่งที่มาของการชำระหนี้เงินกู้ยืม เช่น

กำไรจากการดำเนินงานของกิจการ จะต้องวิเคราะห์ในเรื่อง

- 1) การประมาณรายได้และค่าใช้จ่าย
- 2) แนวโน้มการทำกำไร
- 3) นโยบายหรือสมมติฐานทางการบัญชีในการจัดทำงบการเงิน
- 4) การขายสินทรัพย์ถาวรหรือสินทรัพย์อื่นๆ
- 5) การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินอื่นหรือเงินกู้ยืมจากกรรมการบริษัท, บริษัทในเครือ
- 6) การเพิ่มทุนภายในกิจการเอง

4. การป้องกันหรือการลดความเสี่ยง (Protection) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้กู้ยืมเงินว่าถ้าหากผู้ขอสินเชื่อไม่สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ตกลงกันไว้แล้ว ผู้ให้กู้ก็จะมีหลักประกันเพื่อเป็นการป้องกันหรือลดความเสี่ยง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น หลักประกันจากผู้ขอสินเชื่อเอง และหลักประกันจากแหล่งภายนอก เช่น การค้ำประกัน อาจจะใช้วิธีการตั้งเงื่อนไขในการอนุมัติวงเงินสินเชื่อเพิ่มเติมก็ได้ เช่น เงื่อนไขในการเบิกจ่ายเงิน การประกันภัยสำหรับสินทรัพย์ถาวร เป็นต้น

5. การพิจารณาภาพรวมทั้งหมด (Perspective หรือ Overview) เป็นการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ที่ได้รับจากการให้สินเชื่อ กับต้นทุน (ค่าใช้จ่าย) ที่เกิดขึ้นจากการให้สินเชื่อ รวมตลอดถึงความเสี่ยงที่เกิดจากหนี้สูญและค่าใช้จ่ายในการติดตามและการเรียกเก็บหนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจ 7P ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด สถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งเสนอทางกายภาพ รายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งแต่ละอย่างได้และแต่ละอย่างไม่ได้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ เป็นต้น

2. ราคา (Price) ราคาคือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ในการกำหนดราคา

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะสถานที่จำหน่ายอย่างเดียว แต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผ่านคนกลางต่างๆอย่างไรและมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร ส่วนประสมในการจัดจำหน่าย (Distribution Mix) ประกอบด้วย

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) คือ กลุ่มของสถาบันหรือบุคคลที่ทำหน้าที่หรือกิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

- การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) คือ กิจกรรมทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบด้วย

- การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น

- ขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการซื้อขายโดยพนักงานขาย

- การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของผู้ขาย

- การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

- การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการแบบไม่ใช้บุคคล

- การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์กรเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

5. บุคลากร (People) บุคลากรหรือพนักงานคือผู้ให้บริการ ซึ่งคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือผู้อื่นในการทำธุรกิจ พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการของการให้บริการเป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้าจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการสินเชื่อ ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้เช่น การปรับเปลี่ยนเงินค่างวดให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของลูกค้าหรือระยะเวลาในการกู้ให้เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) การนำเสนอเป็นการสร้างรูปลักษณะทางกายภาพให้เป็นที่โดนใจได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ในอาคารและลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวลิท ประวะภูโต (2543) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกและเพื่อเป็นการเสนอแนะกลยุทธ์ในการบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 220 คน ซึ่งได้มาจากโดยแบ่งตามอาชีพ ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานและลูกจ้างบริษัทเอกชน และประชาชนทั่วไป โดยการใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Cluster Sampling และวิธีการ Accidental Sampling เครื่องมือที่ใช้เก็บ

รวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เคยใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยสถาบันการเงินมาแล้ว โดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการสินเชื่อกับสถาบันการเงินของรัฐ คือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารกรุงไทย เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยต่ำ ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารมาจากการแนะนำของบุคคลที่รู้จัก และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับสถาบันการเงิน ซึ่งมีสาเหตุมาจากความไม่พร้อมทางการเงิน ถ้าจะเลือกใช้บริการจะเลือกใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากที่สุด เพราะประทับใจกับภาวะเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนของรายได้ ประชาชนจึงเลือกใช้บริการประเภทอัตราดอกเบี้ยต่ำคงที่ระยะหนึ่งหลังจากนั้นลอยตัวมากที่สุด โดยมีระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้อยู่ระหว่าง 16-20 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนได้แก่ความสำคัญของความมั่นคงของสถาบันการเงินมีมากที่สุด รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ย วงเงินกู้ การบริการที่รวดเร็ว พนักงานมีอัธยาศัยดี และระยะเวลาของชำระหนี้ ตามลำดับ

อนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์ (2545) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจและปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้ารายใหญ่ทั้งหมดในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จำนวน 80 ราย มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และใช้มาตราส่วนประเมินค่าตามแนวคิดของ (Likert Scale)

ผลการศึกษาพบว่า ด้านข้อมูลลักษณะธุรกิจ พบว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั่วไป มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 21 ปีขึ้นไป ไม่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนต่างชาติ มียอดขายต่อปี ระหว่าง 100-200 ล้านบาท และธุรกิจจะมีการใช้สินเชื่อด้านเงินเบิกเกินบัญชีมากกว่าสินเชื่อด้านอื่นๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร แบ่งเป็นปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และปัจจัยด้านอื่นๆ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องข้อมูล

สารสนเทศครบถ้วนเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากรพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ของลูกค้า กับปัจจัยด้านการสนองตอบแก้ไขปัญหที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขาเป็นลำดับแรกเท่านั้น ปัจจัยด้านกระบวนการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารเป็นลำดับแรก และปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ เป็นลำดับแรก

พรชัย อนันบุญทริก (2547) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ และทราบปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐ รวมจำนวนตัวอย่าง 420 ตัวอย่าง โดยทำการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ใช้สถิติการวัดค่าตามมาตราส่วนประเมินค่าแบบ Likert Scale และใช้สถิติ ANOVA ในการทดสอบความแตกต่างของประชากร โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คำนึงถึงความปลอดภัยมากที่สุด ในด้านธนาคารมีฐานะความมั่นคงและมีความปลอดภัยสูง สำหรับกลุ่มประชาชนที่ใช้บริการธนาคารของรัฐคำนึงถึงด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด ในด้านเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ คำนึงถึงด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้เป็นสำคัญ ในด้านของความทันสมัย ระบบบันทึกข้อมูลต่างๆ นอกจากนี้ในส่วนของปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐคือ ด้านการบริการ มีเจ้าหน้าที่ในการให้บริการไม่เพียงพอ ด้านเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน ขาดความกระตือรือร้น ด้านสถานที่ มีที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการมาใช้บริการ ด้านราคา มีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ ด้านความมั่นคงปลอดภัย มีรักษาความปลอดภัยน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ค่อยมีการแจ้งข่าวสารให้ลูกค้าทราบ รวมทั้งไม่มีพนักงานสำหรับการแนะนำบริการใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีการให้เงื่อนไขการให้สินเชื่อยุ่งยาก ไม่ยืดหยุ่น ด้านอุปกรณ์สำนักงาน มีตู้ ATM ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และด้านสังคม ไม่รู้จักผู้บริหารของธนาคารหรือไม่รู้จักพนักงานที่ให้บริการ

พิชัยพงศ์ ยอแสงรัตน์ (2549) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการของลูกค้าสินเชื่อธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยว

ศูนย์ธุรกิจเกิด โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 86 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ยอดขาย/รายได้ปี 2548 อยู่ในช่วง 5.01-25.00 ล้านบาท โดยใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้ประจำ มีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อขยายกิจการ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ 5,000,001 - 25,000,000 บาท อัตราดอกเบี้ยในช่วง 7.01%-10.00% ต่อปี ธนาคารใช้เวลาพิจารณาค่าขอสินเชื่อมากกว่า 60 วัน โดยมีระยะเวลาชำระหนี้คืน 10 ปี และหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันส่วนใหญ่เป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และลูกค้ามีความต้องการวงเงินสินเชื่อเพิ่มเติม เพื่อขยายกิจการมากที่สุด โดยต้องการวงเงินสินเชื่อเพิ่มในช่วง 50,000 - 5,000,000 บาท โดยระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติ 31-60 วัน ต้องการอัตราดอกเบี้ย 5.01%-7.00% ต่อปี ระยะเวลาในการชำระหนี้คืน 10 ปี หลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันการกู้เงินในการขอสินเชื่อเพิ่ม คือใช้ที่ดินเปล่า สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยมีผลต่อความต้องการมาก โดยปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

นกรินทร์ เมฆรา (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ รวม 3 จังหวัดได้แก่เชียงใหม่ 160 ราย จังหวัดลำพูน 20 ราย และจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 183 ราย ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิธีวัดตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านบุคลากรซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยในเรื่องการตอบสนองแก้ไขปัญหาค่าเฉลี่ยของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องความน่าเชื่อถือของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกมารยาท ของพนักงานและปัจจัยด้านอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับ

ความสำคัญมาก ตามลำดับ คือ ปัจจัยในเรื่องความมั่นคงของธนาคาร และปัจจัยในเรื่องนโยบายของธนาคารมีความชัดเจน ปัญหาที่มีผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ทุกประเด็นปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อยถึงน้อยที่สุด

วัชรทัย เจริญผล (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจขนาดเล็กจากธนาคารกรุงเทพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจขนาดเล็กจากธนาคารกรุงเทพ และเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อยที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดเล็ก จากธนาคารกรุงเทพ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อทั้งหมด 200 ราย แบ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพฯ จำนวน 100 รายและลูกค้าสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจำนวน 100 ราย

ผลการศึกษาพบว่าในจำนวนลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อาชีพหลักและรองประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้อยู่ระหว่าง 20,001-50,000 บาทและรายได้รองอยู่ต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้กู้เป็นนิติบุคคลจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดใช้สินเชื่อประเภทเงินกู้ระยะยาวมากที่สุด โดยรับเงินสินเชื่อตั้งแต่ 1-500,000 บาท ระยะเวลาการกู้ตั้งแต่ 1-10 ปี หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น พบว่าการแจกแจงของข้อมูลที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์โดยต้องการนำสินเชื่อไปหมุนเวียนในกิจการและต้องการนำไปซื้อขายพาหนะขนส่งสินค้าในกิจการ ด้านเงื่อนไขของคุณสมบัติผู้กู้ เป็นต้น ส่วนทางด้านความพึงพอใจของลูกค้าพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านการติดต่อขอคำปรึกษาในระดับมากที่สุด

2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษานี้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก โดยในที่นี้เลือก 4 ปัจจัยจาก 7 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ของ SME BANK ยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อจาก SME BANK พบว่า ลูกค้ามักพิจารณาจาก 2 ปัจจัยดังนี้คือ การได้รับคำแนะนำจากญาติหรือเพื่อนให้มาใช้บริการ และธุรกิจประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน

จึงต้องการ Refinance ดังนั้น กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงประกอบด้วย 6 ปัจจัย ดังกล่าวข้างต้น



ภาพ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา