

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในเขตภาคตะวันออก**
**Factors Influencing Customers Decision to Use Credit for Business
Services of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand
in the Eastern Region**

จุฑามาส อรุณศรีกิจ / Jutamas Arunteekit

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: jutamasyoke@gmail.com

ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ / Sri-on Somboonsup

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: fecosos@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและลักษณะของกิจการที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตภาคตะวันออกโดยทำการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจ SME ในเขตภาคตะวันออก จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตภาคตะวันออก ได้แก่ ปัจจัยข้อมูลทั่วไปด้านอายุของกิจการ ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาของเจ้าของกิจการ ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านพฤติกรรม ในอดีตเคยใช้สินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย รวมทั้งปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ

คำสำคัญ: สินเชื่อเพื่อธุรกิจ, ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, ส่วนประสมทางการตลาด

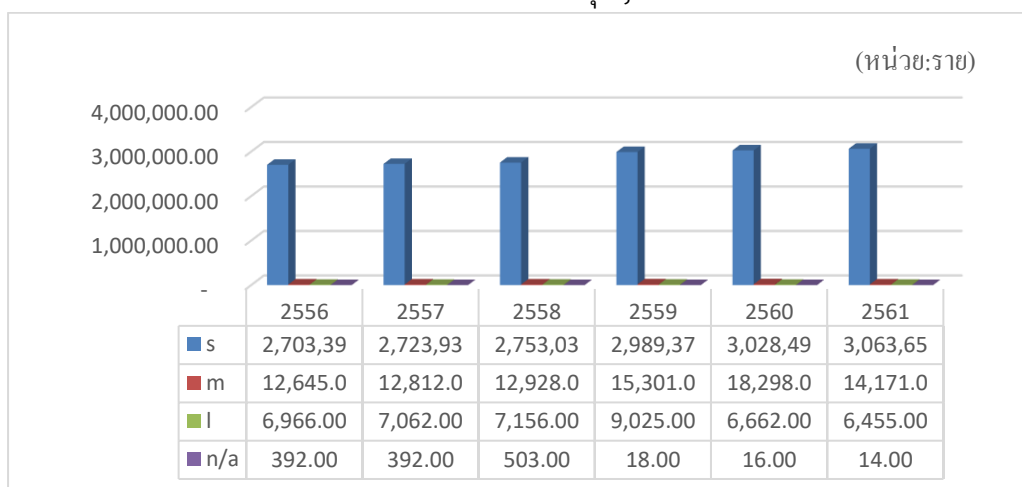
Abstract

The purpose of this study were to study The Factors influencing the decision to use credit for business of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand in the Eastern Region. The primary data were obtained from questionnaires collected from 400 SME business owners in the eastern region. Data were analyzed using Logit model. The study found that Factors Affecting Business Credit Decisions of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand in the Eastern Region General information on the age of the business Position of respondents The study of business owners in the category of business, average monthly income on behavior in the past, used credit of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand, including marketing mix factors in term of products, place, promotion, process and physical environment.

Keywords: Business loans, Small and Medium Enterprise Development Bank, Marketing Mix

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจ SMEs หรือ ธุรกิจขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญที่ช่วยในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมช่วยกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ไปสู่กลุ่มคนต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและประชาชน มีรายได้ ซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น ธุรกิจขนาดย่อมเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่เพราะความเจริญก้าวหน้าของ ธุรกิจขนาดย่อมทำให้ธุรกิจมั่นคงมียอดการผลิตที่สูงขึ้น และมีการนำเทคโนโลยี ที่สูงขึ้นมาใช้ในการผลิตซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดย่อมยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าใหม่ ๆ เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลร่วมกันคิด และผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาด ในปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนสถานประกอบการประเภทวิสาหกิจมีสถิติเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเฉพาะสถานประกอบการขนาดเล็ก



ภาพที่ 1 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามขนาดวิสาหกิจในปี 2556-2561

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แม้ว่า SME จะมีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ แต่ผู้ประกอบการธุรกิจ SME ก็มีข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินกิจการหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ธุรกิจมีขนาดเล็กจึงทำให้เสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ที่ได้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (economies of scale) โดยเฉพาะในด้านการผลิตที่ต้องอาศัยการลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีต้นทุนสูง ธุรกิจ SME จำนวนมากยังประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยีตลาด และเงินทุนดังกล่าวทำให้ SME จำนวนมากไม่สามารถขยายกิจการและเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ ธุรกิจอาจจะต้องอาศัยเงินทุนที่เข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินกิจการของธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด ดังนั้นในบางครั้งธุรกิจจำเป็นต้องใช้เงินทุนในการดำเนินธุรกิจ แหล่งเงินทุนที่ธุรกิจจะสามารถเข้าถึงได้ง่าย คือ สถาบันทางการเงิน โดยศึกษาสินเชื่อเพื่อธุรกิจของทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นสถาบันทางการเงินจึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเงินของประเทศ โดยทำหน้าที่ระดมและจัดสรรเงินทุนแก่ภาคเศรษฐกิจอย่างแท้จริง การบริหารความเสี่ยงรวมถึงการให้ข้อมูลทางการเงินเพื่อสนับสนุนธุรกิจ SME ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นหนึ่งสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ภาครัฐติดตามขอบเขตที่กำหนด ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง โดยมีพันธกิจเพื่อให้บริการทางการเงินกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises = SMEs) ไทยรายเล็ก ด้านสินเชื่อ ด้านร่วมลงทุน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่ SMEs ขนาดเล็กที่ไม่ได้รับบริการจากระบบสถาบันการเงินเชิงพาณิชย์ ช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการเชิงรุก ด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการผลิตเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยเน้นนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิด สร้างความพึงพอใจและความผูกพันแก่ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้ระบบการบริการและกระบวนการ

ทำงานที่มีประสิทธิภาพด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในเขตภาคตะวันออก การศึกษานี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นแนวทางในการให้บริการ และสามารถนำไปใช้ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ธนาคารสามารถนำไปวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และเลือกใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสม รวมถึงการเสนอขายสินเชื่อให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความน่าจะเป็นในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

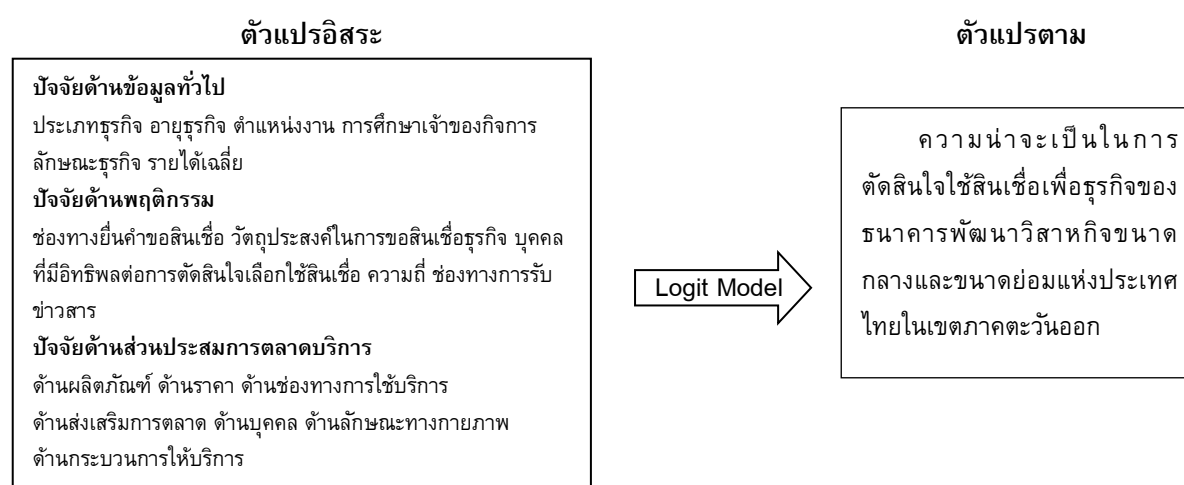
การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป ปัจจัยด้านพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดเป็นตัวแปรที่มักถูกนำมาศึกษาดังตารางที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดของผู้ศึกษา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำตัวแปรเหล่านี้มาทำการศึกษาในครั้งนี้

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป ปัจจัยด้านพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย (ปี)	ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยด้านพฤติกรรม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
สุพิศรา มานูเด็น (2550)			✓
ภัทรพร เฉลิมบงกช, มารยาท โยทองยศ (2553)		✓	✓
อภิญญา ภัทรพรพิสิฐ (2553)	✓		✓
เอกรัฐ วงศ์ระกุล (2553)	✓	✓	✓
สรชา สุขศรีนวล (2554)	✓	✓	

กรอบแนวคิดการศึกษา



วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในเขตภาคตะวันออก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ดังนั้น จึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 ตัวอย่าง และเพื่อให้ผลการศึกษาที่สมบรูณ์มากขึ้น จึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ส่วนประสมการตลาดเท่ากับ 0.969 จะแสดงได้ว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์โดยเป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อต้องตัดสินใจเลือกซึ่งมีค่าเป็น 1 หรือ 0 โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก และมีค่าเป็น 0 เมื่อไม่ใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก สำหรับตัวแปรอิสระ (independent Variable) มีลักษณะเป็นทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป ปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก โดยกำหนดแบบจำลองโลจิสต์เพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = \beta_0 + \beta_1 \text{age}_1 - \beta_2 \text{position}_1 + \sum_i \beta_3 \text{edu}_i + \sum_j \beta_4 \text{Income}_j + \sum_k \beta_5 \text{type}_k + \beta_6 \text{sme} + \beta_7 \text{infl} + \beta_8 \text{news}_1 - \beta_9 \text{Product}_4 - \beta_{10} \text{Price}_1 + \beta_{11} \text{Price}_2 + \beta_{12} \text{Place}_1 - \beta_{13} \text{Promo}_2 - \beta_{14} \text{People}_1 + \beta_{15} \text{Process}_1 - \beta_{16} \text{Envi}_3 + \varepsilon$$

ตารางที่ 2 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
P	Prob (Y= 1) ความน่าจะเป็นในการใช้บริการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	
Y	การให้บริการสินเชื่อของธนาคาร	1 = ใช้บริการ, 0 = ไม่ใช้บริการ
age	อายุ	(Base Group = ต่ำกว่า 5 ปี) age ₂ = 5 ปีขึ้นไป
position	ตำแหน่งงานในกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม	(Base Group = เจ้าของกิจการ) edu ₂ = ไม่ใช่เจ้าของกิจการ(หุ้นส่วน และ ผู้จัดการ)
edu _i	การศึกษาของเจ้าของกิจการ เมื่อ i = 1, 2, 3	(Base Group = ต่ำกว่าปริญญาตรี) edu ₂ = 1 กรณี ปริญญาตรี, 0 กรณีอื่น ๆ edu ₃ = 1 กรณี ปริญญาโทขึ้นไป, 0 กรณีอื่น ๆ
income _j	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ เมื่อ j = 1, 2, 3	(Base Group = ต่ำกว่า 300,000 บาท) income ₂ = 1 กรณี 300,001-600,000 บาท, 0 กรณีอื่น ๆ income ₃ = 1 กรณี 600,001-900,000 บาท, 0 กรณีอื่น ๆ income ₄ = 1 กรณี มากกว่า 900,000 บาทขึ้นไป, 0 กรณีอื่น ๆ
Typeb _k	ประเภทของกิจการ เมื่อ k = 1, 2, 3, 4	(Base Group = ค้าปลีก-ค้าส่ง) typeb ₂ = 1 กรณี ผลิต, 0 กรณีอื่น ๆ typeb ₃ = 1 กรณี บริการ, 0 กรณีอื่น ๆ typeb ₄ = 1 กรณี เกษตรกรรม 0 กรณีอื่น ๆ
infl _i	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	(Base Group = เจ้าของกิจการ) Infl ₂ = ไม่ใช่เจ้าของกิจการ
sme	ในอดีตเคยใช้บริการสินเชื่อของ SMED BANK	(Base Group = เคยใช้บริการ) sme ₂ = ไม่เคยใช้บริการ
news	ช่องทางการรับรู้บริการธนาคาร	(Base Group = ไม่ใช่ออนไลน์) news ₂ = ออนไลน์

Product	ไม่ต้องทำประกันวงเงินคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Price	อัตราดอกเบี้ยต่ำ ยอดผ่อนชำระในแต่ละงวด	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Place	ช่องทางการยื่นคำขอสินเชื่อที่หลากหลาย	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Promo	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการออกบูธ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
People	มีการให้ข้อมูลสินเชื่ออย่างละเอียด	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Process	เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มและใส่ใจบริการ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Envi	สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอต่อการให้บริการ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
ϵ	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)	

ผลการศึกษา

ด้านปัจจัยข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประกอบธุรกิจเป็นนิติบุคคล มีอายุกิจการต่ำกว่า 5 ปี เจ้าของกิจการมีการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี และรายได้ต่ำกว่า 900,000 บาทต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 61.75 ในอดีตยังไม่เคยใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมาก่อน และในปัจจุบันเคยใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 59.00 วงเงินที่ได้รับสินเชื่อสูงสุดที่สุดที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับคือ 1,000,000 – 2,000,000 บาท วิธีการยื่นคำขอสินเชื่อเพื่อธุรกิจ คือการยื่นด้วยตนเองที่สถาบันการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจ เพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ โดยให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการ อันดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ย รองลงมาอันดับที่สองคือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ และอันดับที่สามคือ ความรวดเร็วในการดำเนินงาน บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อ คือ ตนเอง ความถี่ในการขอสินเชื่อเพื่อธุรกิจในทุกๆธนาคาร รวมกันอยู่ที่ 2-3 ครั้ง ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารสินเชื่อเพื่อธุรกิจ จากเจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคาร

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดและมาก คือ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ ตามลำดับ การวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ สามารถนำมาเขียนสมการถดถอยของความน่าจะเป็นในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ได้ดังต่อไปนี้

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = -9.420 + 0.642age_2 - 3.288position_2 + 1.497edu_2 + 3.297edu_3 + 2.083Income_2 \\ (2.610)^* \quad (-3.240)^* \quad (1.750)^* \quad (2.290)^* \quad (2.410)^* \\ + 3.310Income_3 + 3.310Income_4 + 2.266typeb_2 + 2.188typeb_3 + 5.046typeb_4 + 11.326sme \\ (2.410)^* \quad (3.100)^* \quad (2.470)^* \quad (2.420)^* \quad (3.880)^* \quad (6.390)^* \\ - 0.146inf_2 + 0.415news1 - 2.162Product_4 - 5.417Price_1 + 2.504Price_2 + 4.377Place_1 \\ (-0.110) \quad (0.470) \quad (-2.990)^* \quad (-4.990)^* \quad (3.520)^* \quad (4.530)^* \\ - 1.449Promo_2 - 2.395People_1 + 2.384Process_1 - 1.876Envi_3 + \epsilon \\ (-2.890)^* \quad (-3.090)^* \quad (3.620)^* \quad (-3.080)^*$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า z-stat

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิต

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	Std. Err.	Z-Stat	P-Value	Marginal (dy/dx)	Effect
ค่าคงที่	9.420	4.049	2.330	0.020		
อายุ 5 ปีขึ้นไป	(Base Group = ต่ำกว่า 5 ปี) 1.973	0.756	2.610	0.009*	0.101	
ตำแหน่งงานในกิจการ ไม่ใช่เจ้าของกิจการ	(Base Group = เจ้าของกิจการ) -3.288	1.013	-3.240	0.001*	-0.446	
ตารางที่ 3 (ต่อ)						
ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	Std. Err.	Z-Stat	P-Value	Marginal (dy/dx)	Effect
การศึกษาของเจ้าของกิจการ ปริญญาตรี ปริญญาโทขึ้นไป	(Base Group = ต่ำกว่าปริญญาตรี) 1.497 3.279	0.856 1.429	1.75 2.29	0.080* 0.022*	0.114 0.103	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 300,001-600,000 บาท 600,001-900,000 บาท มากกว่า 900,000 บาทขึ้นไป	(Base Group = ต่ำกว่า 300,000 บาท) 2.083 3.310 3.310	0.864 0.936 1.069	2.41 2.41 3.10	0.016* 0.016* 0.002*	0.860 0.087 0.160	
ประเภทของกิจการ ผลิต บริการ เกษตรกรรม	(Base Group = คำปลีก-ค้าส่ง) 2.266 2.188 5.046	0.918 0.905 1.301	2.470 2.420 3.880	0.014* 0.016* 0.000*	0.114 0.100 0.094	
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ไม่ใช่เจ้าของกิจการ	(Base Group = เจ้าของกิจการ) -0.146	1.308	-0.110	0.911	-0.009	
ในอดีตเคยใช้บริการสินเชื่อของ SMED BANK ไม่เคยใช้บริการ	(Base Group = เคยใช้บริการ) 11.326	1.773	6.390	0.000*	0.982	
ช่องทางการรับรู้บริการธนาคาร หน่วยงานของธนาคาร	(Base Group = ไม่ใช่หน่วยงานของธนาคาร) 0.415	0.877	0.470	0.636	0.028	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ต้องทำประกันวงเงินคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ	-2.162	0.722	-2.990	0.003*	-0.134	
ปัจจัยด้านราคา อัตราดอกเบี้ยต่ำ ยอดผ่อนชำระในแต่ละงวด	-5.417 2.504	1.085 0.712	-4.990 3.520	0.000* 0.000*	-0.335 0.155	
ปัจจัยด้านช่องทางการใช้บริการ ช่องทางการยื่นคำขอสินเชื่อที่หลากหลาย	4.377	0.965	4.530	0.000*	0.271	
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการออกบูธ	-1.449	0.502	-2.890	0.004*	-0.089	

ปัจจัยด้านบุคคล					
มีการให้ข้อมูลสินเชื่ออย่างละเอียด	-2.395	0.776	-3.090	0.002*	-0.148
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ					
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มและใส่ใจบริการ	2.384	0.659	3.620	0.000*	0.147
ปัจจัยด้านกายภาพ					
สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอต่อการให้บริการ	-1.876	0.609	-3.080	0.002*	-0.116
LR chi2 (21) = 395.05 Prob > Chi2 = 0.000 Overall Percentage Correct = 96.00%					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 *

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาดังกล่าวพบค่า LR chi-Square (21) = 395.05 และ Prob > Chi-Square = 0.000 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในเขตภาคตะวันออก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 และเมื่อพิจารณาค่า Overall Percentage Correct = 96.00% จึงอธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การใช้หรือไม่ใช้บริการได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 96.00

ปัจจัยข้อมูลทั่วไป พบว่า อายุของกิจการมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาค ตะวันออก คืออายุของกิจการที่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น เจ้าของกิจการที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจ และยังคงอาศัยแหล่งเงินทุนเพื่อใช้หมุนเวียนในกิจการมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินกิจการมาแล้ว มากกว่า 5 ปี ซึ่งมีเงินทุนในการหมุนเวียนในกิจการอยู่แล้ว ตำแหน่งงานในกิจการอายุของกิจการมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาค ตะวันออก คือ ผู้ที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการ เนื่องจากเจ้าของกิจการโดยส่วนใหญ่ มักจะให้ฝ่ายบัญชีของบริษัท เป็นผู้ดูแลเรื่องเงินทุนหมุนเวียนในบริษัท เพื่อเปรียบเทียบและเสนอข้อมูลแก่เจ้าของกิจการ เพราะทั้งแนะนำทางเลือกในการตัดสินใจให้แก่ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจด้วย การศึกษาของเจ้าของกิจการมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อ ธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก คือต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องธุรกิจ SMEs ส่วนมากเป็นธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง ร้านโชว ห่วย รวมถึงธุรกิจผลิต เช่น กลิ้ง ซึ่งเจ้าของกิจการส่วนใหญ่จะมาจากการอาศัยประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะมี การศึกษาระดับอาชีวศึกษา มากกว่าระดับอุดมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก คือ รายได้ต่ำกว่า 300,000 บาท เนื่องจากธุรกิจ SMEs โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีรายได้น้อย ซึ่งมีความต้องการเงินทุนเพื่อไปใช้หมุนเวียนและต่อเติมขยายธุรกิจให้เติบโต

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ความคุ้นเคยในการใช้บริการใช้สินเชื่อของ ธพว. มีความน่าจะเป็นในการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก คือ เคยใช้บริการสินเชื่อของ ธพว. มาก่อน เนื่องจากผู้ที่มีความคุ้นเคยในการใช้บริการสินเชื่อของ ธพว. มีความรู้และความเข้าใจในการใช้บริการสินเชื่อของ ธพว. เป็นอย่างดี เพราะต้องใช้เอกสารในการยื่นขอสินเชื่อค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นหน่วยงานของภาครัฐที่จะมีการตรวจสอบเอกสารอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ที่เคยใช้บริการมีความเข้าใจในขั้นตอนการขอสินเชื่อของธนาคารเป็นอย่างดี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าการไม่ต้องทำประกันวงเงินคุ้มครองวงเงินสินเชื่อสามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก เนื่องจาก ธพว. มีสินเชื่อเพื่อธุรกิจที่ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินและไม่มีการบังคับให้ลูกค้าทำประกันคุ้มครองวงเงิน ปัจจัยทางด้านราคา อัตราดอกเบี้ยต่ำ และยอดผ่อนชำระ สามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา สอดคล้องกับการศึกษาของ เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

มากที่สุด คือวงเงินกู้สูงสุดที่ธนาคารให้ได้ รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ยระยะเวลาการผ่อนชำระ ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการยื่นคำขอสินเชื่อที่หลากหลาย มีความน่าจะเป็นที่จะมีผลต่อการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก เพิ่มขึ้นเนื่องจาก เนื่องจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มีจำนวนสาขาที่ค่อนข้างน้อยดังนั้นการที่มีช่องทางในการยื่นคำขอสินเชื่อที่หลากหลาย ส่งผลให้ช่องทางการยื่นคำขอสินเชื่อที่หลากหลายเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ตัดสินใจใช้สินเชื่อของธนาคารเพิ่มสูงขึ้น ด้านส่งเสริมการตลาดสามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออก คือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการออกบูธ มีความน่าจะเป็นที่จะมีผลต่อการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออกลดลงเนื่องจากปัจจุบันธนาคารได้มีการปรับปรุงช่องทางประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ (เฟสบุ๊ค ไลน์ และ เว็บไซต์ เป็นต้น) ส่งผลให้สื่อดังกล่าวอาจเป็นจุดที่ดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการอยู่แล้ว จึงทำให้แนวโน้มการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารไม่ได้เพิ่มขึ้น ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรให้ข้อมูลสินเชื่ออย่างละเอียด สามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออกลดลง เนื่องจากพนักงานธนาคารของรัฐวิสาหกิจให้บริการที่ดียอยู่แล้ว อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ของธนาคารจากช่องทางที่หลากหลายอยู่แล้ว จึงทำให้มีแนวโน้มการเลือกใช้บริการธนาคารลดลงปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ มีความน่าจะเป็นที่จะมีผลต่อการใช้สินเชื่อเพื่อธุรกิจของธนาคาร ธพว. ในเขตภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากธนาคารมีความใส่ใจในกระบวนการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าทุกราย โดยเฉพาะเน้นย้ำให้เจ้าหน้าที่ทุกคนบริการด้วยความตั้งใจ เนื่องจากคือภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกายภาพ มีสถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอต่อการให้บริการลดลง เนื่องจากปัจจุบันสินเชื่อเพื่อธุรกิจมีธนาคารที่ให้บริการหลายธนาคาร ทำให้มีหลายทางเลือกในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจ ส่งผลให้ปัจจัยการมีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลน้อยลง

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารควรพัฒนาบริการสินเชื่อ ให้มีการใช้งานที่ทันสมัย เพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยเป็นช่องทางแรก
2. ธนาคารควรมีการปรับปรุงกระบวนการพิจารณาการขอสินเชื่อให้ใช้ระยะเวลาที่น้อยลงเพื่อหรือกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มการใช้บริการของลูกค้า
3. ธนาคารควรเพิ่มจำนวนสาขา เพื่อรองรับการให้บริการของลูกค้าเนื่องจากในปัจจุบันบางจังหวัดมีสาขาของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยเพียงสาขาเดียว ซึ่งจะทำให้ลูกค้าไม่สะดวกในการเดินทาง

เอกสารอ้างอิง

- พัชรี กวีกิจบรม 2558 ปัจจัยในการขอสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสินของผู้ค้าในตลาด เขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ สาขาการจัดการการเงิน และการธนาคาร, มหาวิทยาลัยสยาม
- ภัทรพร เฉลิมบงกช มารยาท โยทองยศ. 2553. ทศนคติดต่อธนาคาร ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมกรเลือกใช้ผลิตภัณฑ์การเงิน: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด(ไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วารุณี ดันดวงศ์วานิชและคณะ. 2545. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- สรชา สุขศรีนวล. 2554. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์, สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

- สุพัตรา มานูเด็น. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
กรณีศึกษา : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ละออง มังตะการ (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินด้านสินเชื่อ
ธนาคารพาณิชย์ไทยของผู้ประกอบการSMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2562. จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามขนาดวิสาหกิจ.
(Online). <https://www.sme.go.th> , 27 ตุลาคม 2562
- อภิญา ภัทรพรพิสิฐ. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขา
ถนน แสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. 2553. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ของ
คนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ)กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัจฉราพร ลาภา 2553 การวิเคราะห์หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

NICHSS 1/2020

PROCEEDINGS

**11th National and International Conference
on Humanities and Social Sciences**

**25-26 May 2020
Phranakhon Rajabhat University,
Bangkok, Thailand**

**Editor
Attapol Kuanliang**



	Page
The Development of Creative Problem Solving Skills and Civic Literacy by College Career and Civic Life (C3) Framework in Social Studies of Grade 10 Students at Samyangwittayayon School, Khon Kaen Phuthita Chusawathee and Angkana Tungkasamit	85
The development of Critical Thinking Abilities and Communication Abilities by 5 Step Learning Social Media of Grade 8 Students Natrucha Peampool and Montha Chumsukon	94
The Development of Integrated Learning Unit the Forest Hill, River, Lifestyle in the Jiang River Basin Community to Create the Consciousness of Local Environmental Conservation from Learning Activities with Geographic Processes Based on Community Learning of Grade 5 Students Preechapol Kampangthip and Angkana Tungkasamit	102
Risk Behavior in Cyber Threat by Using Social Network Supapich Submek and Oranun Kalantapura	111
Factors Influencing Customers Decision to Use Credit for Business Services of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand in the Eastern Region Jutamas Arunteekit and Sri-on Somboonsup	118
Factors Affecting the Organization Commitment of the Employee in Company C, Chonburi Distribution Center Suparaporn Anan and Sri-on Somboonsup	127
Factors Affecting Decision on Buying Non-Performing Asset of Bangkok Commercial Asset Management Public Co.Ltd., Chon Buri Office Potjamal Jitsamran and Sri-on Somboonsup	136
Factors Affecting Entrepreneur's Decision on Labor Employment in Eastern Seaboard Industrial Estate After Minimum Wage Policy Announcement 330 Bath Jurairat Srimala and Sri-on Somboonsup	145
A Feasibility Study of Investment on Crane Truck and Drill Truck of POR Company Limited Wannapa Nongnooch and Bhisanuwat Thaweewat	153