

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อจากกลุ่มตัวอย่างทุกรายจำนวน 183 ราย การเสนอรายงานผลการศึกษาในครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ในรูปของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และธุรกิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบการ ตำแหน่งหน้าที่ ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ยอดขาย การร่วมทุนกับต่างชาติ ประเภทสินเชื่อ วงเงินสินเชื่อ ภาระหนี้ แนวโน้ม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านหลักประกัน และปัจจัยด้านอื่น

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัญหาด้านกระบวนการ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านระบบข้อมูล ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ และปัญหาด้านบริการ

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และธุรกิจ

การวิเคราะห์คุณลักษณะต่างๆ ไปของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และธุรกิจของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อจากกลุ่มตัวอย่างทุกรายจำนวน 183 ราย โดยการศึกษาคุณลักษณะต่างๆ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	141	77.0
หญิง	42	23.0
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 77.0 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 23.0 ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.1

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30	2	1.1
30-40	26	14.2
41-50	125	68.3
51-60	25	13.7
มากกว่า 60	5	2.7
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้ประกอบการจะมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.3 อายุระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.2 อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.7 และมีอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.7 ส่วนลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.1 ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.2

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	17	9.3
สมรส	150	82.0
หย่า/หม้าย	16	8.7
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า สถานภาพของลูกค้า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82.0 สถานภาพโสดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.3 และมีสถานภาพหย่า/หม้าย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.7 และไม่มีลูกค้าที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ ดังรายละเอียดในตาราง 4.3

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	2.7
ปริญญาตรี	147	80.3
ปริญญาโท	31	16.9
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

การศึกษาข้อมูลพบว่า จำนวนของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.3 จบการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.9 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.7 และไม่มีกลุ่มลูกค้าที่จบการศึกษาปริญญาเอก ดังรายละเอียดในตาราง 4.4

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามลักษณะการประกอบการ

ลักษณะการประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
นิติบุคคล	152	83.1
บุคคลธรรมดา	31	16.9
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลักษณะการประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.1 และมีลักษณะการประกอบการเป็นบุคคลธรรมดาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.9 ดังรายละเอียดในตาราง 4.5

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประธานกรรมการ	54	29.5
กรรมการผู้จัดการ	82	44.8
หุ้นส่วนผู้จัดการ	21	11.5
ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	26	14.2
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษา ซึ่งมุ่งเน้นที่จะสอบถามจากผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.8 ตำแหน่งประธานกรรมการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.5 ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.2 และมีตำแหน่งหุ้นส่วนผู้จัดการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.5 ดังรายละเอียดในตาราง 4.6

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เกษตรกรรม	5	2.7
อุตสาหกรรม	21	1.5
ก่อสร้าง	10	5.5
พาณิชยกรรม	112	61.2
ธุรกิจการเงิน	4	2.2
อสังหาริมทรัพย์	2	1.1
สาธารณูปโภค	14	7.7
บริการ	14	7.7
ส่วนบุคคล	1	0.5
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มลูกค้ามีการประกอบการแยกตามประเภทธุรกิจ โดยส่วนใหญ่ประกอบกิจการประเภทพาณิชยกรรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.2 ประเภทบริการ และประเภทสาธารณูปโภค คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.7 เท่ากัน ประเภทก่อสร้าง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.5 ประเภทเกษตรกรรม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.7 ประเภทธุรกิจการเงิน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.2 ประเภทอุตสาหกรรม คิด

เป็นสัดส่วนร้อยละ 1.5 ประเภทอสังหาริมทรัพย์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.1 และประเภทส่วนบุคคล คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.5 ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 4.7

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าโดยแยกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	3	1.6
5-10 ปี	40	21.9
11-15 ปี	104	56.8
16-20 ปี	28	15.3
มากกว่า 20 ปี	8	4.4
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจของกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจอยู่ในช่วงระหว่าง 11-15 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.8 อยู่ในช่วงระหว่าง 5-10 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.9 และอยู่ในช่วงระหว่าง 16-20 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.3 ดังรายละเอียดในตาราง 4.8

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามยอดขายของปี 2547

ยอดขายปี 2547	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 ล้านบาท	8	4.4
50 – 100 ล้านบาท	119	65.0
101 – 150 ล้านบาท	41	22.4
151 – 200 ล้านบาท	13	7.1
มากกว่า 200 ล้านบาท	2	1.1
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ยอดขายของปี 2547 ในกิจการ ส่วนใหญ่มียอดขายอยู่ในช่วง 50-100 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.0 ยอดขายอยู่ในช่วงระหว่าง 101 – 150 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.4 กิจการที่มียอดขายอยู่ในช่วงระหว่าง 151 – 200 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.1 ยอดขายต่ำกว่า 50 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.4 มียอดขายมากกว่า 200 ล้านบาท มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 1.1 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.9

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการร่วมทุนกับต่างชาติ

การร่วมทุนกับต่างชาติ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ร่วมทุน	5	2.7
ไม่ร่วมทุน	178	97.3
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่กิจการของกลุ่มลูกค้าไม่มีการร่วมทุนกับชาวต่างชาติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.3 และเป็นกิจการที่มีการร่วมทุนกับชาวต่างชาติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.7 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.10 โดยเป็นชาวไต้หวัน 3 ราย และชาวอเมริกัน 2 ราย ร่วมทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อส่งออก

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทเบิกเงินบัญชี

เบิกเงินบัญชี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	13	7.1
ใช้	170	92.9
รวม	183	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้ามีการใช้บริการสินเชื่อประเภทเบิกเงินบัญชี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.9 และมีกลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.1 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.11 ลูกค้ากลุ่มที่ไม่ใช้สินเชื่อเบิกเงินบัญชีเนื่องจากลูกค้ามีเงินทุนหมุนเวียนของตนเองอยู่แล้วหรือใช้สินเชื่อหมุนเวียนในรูปแบบตั๋วสัญญาใช้เงินแทนการใช้สินเชื่อเงินเบิกเงินบัญชี

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทเงินกู้

เงินกู้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	130	71.0
ใช้	53	29.0
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.0 และมีกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.0 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.12 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีเงินทุนของตนเองสำหรับลงทุนในสินทรัพย์ถาวร และต้องการสินเชื่อจากธนาคารเฉพาะในรูปของเงินทุนหมุนเวียน เช่น สินเชื่อเบิกเงินบัญชี หรือตั๋วสัญญาใช้เงิน

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทตั๋วสัญญาใช้เงิน

ตั๋วสัญญาใช้เงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	129	70.5
ใช้	54	29.5
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทตั๋วสัญญาใช้เงิน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.5 และมีกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.5 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.13 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่สะดวกที่จะใช้เงินทุนหมุนเวียนในรูปสินเชื่อเบิกเงินบัญชีมากกว่าการใช้สินเชื่อประเภทตั๋วสัญญาใช้เงิน

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทหนังสือค้ำประกัน

หนังสือค้ำประกัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	100	54.6
ใช้	83	45.4
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทหนังสือค้ำประกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.6 และมีกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.4 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.14 สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใช้สินเชื่อประเภทหนังสือค้ำประกัน

ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างซึ่งใช้หนังสือค้ำประกันสำหรับค้ำประกันสัญญา หรือค้ำประกันการประกวดราคา ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และผู้ประกอบการทั่วไปที่ใช้หนังสือค้ำประกันสำหรับค้ำประกันการใช้ไฟฟ้า

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทรับรองตัว

รับรองตัว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	163	89.1
ใช้	20	10.9
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทรับรองตัว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 89.1 และมีกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.9 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.15 สำหรับผู้ประกอบการที่ใช้สินเชื่อประเภทรับรองตัว ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการในธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง และจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

ตาราง 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทหนังสือรับรองเครดิต

หนังสือรับรองเครดิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	177	96.7
ใช้	6	3.3
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทหนังสือรับรองเครดิต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.7 และมีกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.3 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.16 สำหรับลูกค้าที่ใช้สินเชื่อประเภทหนังสือรับรองเครดิต เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามการใช้สินเชื่อประเภทด้านธุรกิจ ต่างประเทศ

ธุรกิจต่างประเทศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ใช้	167	91.3
ใช้	16	8.7
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าไม่ใช้บริการสินเชื่อประเภทด้านธุรกิจต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.3 และมีกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.7 ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4.17 สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทด้านธุรกิจต่างประเทศเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตเพื่อส่งออก หรือนำเข้าเพื่อการผลิต

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามวงเงินสินเชื่อ

วงเงินสินเชื่อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ล้านบาท	1	0.5
11 – 20 ล้านบาท	21	11.5
21 – 30 ล้านบาท	121	66.1
31 – 40 ล้านบาท	15	8.2
41 – 50 ล้านบาท	12	6.6
มากกว่า 50 ล้านบาท	13	7.1
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีวงเงินสินเชื่ออยู่ในช่วงระหว่าง 21 – 30 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.1 กลุ่มลูกค้าที่มีวงเงินอยู่ระหว่าง 11 – 20 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.5 และมีวงเงินสินเชื่ออยู่ระหว่าง 31 - 40 ล้านบาท ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 4.18

ตาราง 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามระยะเวลาการชำระคืน

ระยะเวลาชำระคืน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ก่อนสัญญาครบกำหนด	22	12.0
เมื่อสัญญาครบกำหนด	161	88.0
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

สำหรับระยะเวลาในการชำระคืน ส่วนใหญ่ลูกค้าคาดว่าจะชำระหนี้คืนเมื่อสัญญาครบกำหนด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.0 และชำระหนี้คืนก่อนสัญญาครบกำหนดระยะเวลาคิดเป็นร้อยละ 12.0 ไม่มีลูกค้าที่คาดว่าจะชำระหนี้ได้ภายหลังสัญญาครบกำหนด ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 4.19 สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ตอบว่าจะชำระคืนเมื่อสัญญาครบกำหนด เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้ ตัวสัญญาใช้เงิน และสินเชื่อธุรกิจต่างประเทศ

ตาราง 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้า โดยแยกตามแนวโน้มสภาพธุรกิจ

แนวโน้มสภาพธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เติบโตขึ้น	164	89.6
คงที่	19	10.4
รวม	183	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจของกลุ่มลูกค้ามีแนวโน้มเติบโตขึ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 89.6 มีแนวโน้มคงที่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.4 และไม่มีกิจการที่สภาพธุรกิจที่มีแนวโน้มลดลง ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 4.20

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัด เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ดังนี้

4.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการ สินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง												
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1.มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก	7	3.83	20	10.93	96	52.46	60	32.79	0	0.00	2.86	น้อย	
2.มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบสินเชื่อ	0	0.00	0	0.00	103	56.28	76	41.53	4	2.91	2.54	น้อย	
3.วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้กับลูกค้า	107	58.47	27	14.75	27	14.75	22	12.02	0	0.00	4.20	มาก	
4.ความหลากหลายของการให้บริการ	11	6.01	15	8.20	100	54.64	53	28.96	4	2.19	2.87	น้อย	
5.การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	78	42.62	68	37.16	19	10.38	18	9.84	0	0.00	4.13	มาก	
ผลรวม												3.32	น้อย

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.21 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์ แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย มีดังนี้ ปัจจัยความหลากหลายของการให้บริการ ปัจจัยมีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก และปัจจัยมีการพัฒนา และปรับปรุงรูปแบบสินเชื่อ ตามลำดับ เหตุผลเนื่องมาจากความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ ความหลากหลายของการให้บริการ หรือการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบสินเชื่อ ในธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมักไม่มีความแตกต่างกันมากนัก มีลักษณะหรือรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน ทำให้มีระดับความสำคัญน้อยในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง

สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อื่นที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือปัจจัยวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้กับลูกค้า เนื่องมาจากการพิจารณาวงเงินสินเชื่อจะอิงกับมูลค่าหลักประกัน ซึ่งราคาซื้อขายที่ดินหลักประกันในท้องตลาดมักจะมีราคาสูงกว่าราคาประเมินของธนาคาร ทำให้ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อในวงเงินที่สูงจากธนาคาร เช่นเดียวกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ พบว่าในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้กับลูกค้าเป็นลำดับแรก (อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์, 2545) และปัจจัยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกต่อลูกค้าเพิ่มมากขึ้นในการใช้บริการกับธนาคาร ซึ่งอาจมีทั้งบริการในลักษณะที่เป็นแบบ ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมกับธนาคารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือเครื่องโทรสาร ณ ที่สำนักงาน หรือที่บ้านได้ด้วยตนเอง (Office Banking) หรือ (E-Banking)

4.2.2 ปัจจัยด้านราคา

ตาราง 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการเงินเชื่อ ธุรกิจขนาดกลาง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการเงินเชื่อ ธุรกิจขนาดกลาง											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. อัตราดอกเบี้ย MOR	169	92.35	14	7.65	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.92	มากที่สุด
2. อัตราดอกเบี้ย MLR	124	67.76	59	32.24	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.68	มากที่สุด
3. อัตราดอกเบี้ย MRR	15	8.20	51	27.87	103	56.28	13	7.10	1	0.55	3.36	น้อย
4. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้	8	4.37	64	34.97	75	40.98	36	19.67	0	0.00	3.24	น้อย
5. ค่าธรรมเนียมประเมินราคากู้ทรัพย์	4	2.19	22	12.02	76	41.53	77	42.08	4	2.19	2.70	น้อย
6. ค่าธรรมเนียมหนังสือค่าประกัน	0	0.00	16	8.74	29	15.85	131	71.58	7	3.83	2.30	น้อยที่สุด
7. ค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิต	0	0.00	0	0.00	4	2.19	30	16.39	149	81.42	1.21	ไม่มี
ผลรวม											3.20	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.22 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยอัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate หรือ MRR ณ 31 ตุลาคม 2548 MRR เท่ากับ 6.75%) ปัจจัยค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ (ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งที่ผู้ศึกษาทำการศึกษาในครั้งนี้อคิดค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้เท่ากับ 0.25% ของวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ คิดเฉพาะสินเชื่อเงินกู้) และปัจจัยค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ (ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งที่ผู้ศึกษาทำการศึกษาในครั้งนี้อคิดค่าธรรมเนียมในการประเมินหลักทรัพย์ 0.25% ของวงเงินกู้ ขั้นต่ำ 2,500 บาท สูงสุดไม่เกิน 12,000 บาท) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยอัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นต่ำ ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (Minimum Overdraft Rate หรือ MOR ณ 31 ตุลาคม 2548 MOR เท่ากับ 6.50%) ปัจจัยอัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นต่ำ ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (Minimum Loan Rate หรือ MLR ณ 31 ตุลาคม 2548 MLR เท่ากับ 6.25%) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้าย่อยในเขตภาคเหนือ ในเรื่องปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ย MLR (อนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์, 2545) ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปัจจัยค่าธรรมเนียมหนังสือค้ำประกัน และปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญ คือ ปัจจัยค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิตเนื่องจากค่าธรรมเนียมไม่สูงคือคิดเพียง 0.05 - 0.125% ของวงเงินรับรองเครดิต อีกทั้งมีลูกค้าย่อยรายที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทนี้ ได้แก่ ลูกค้าย่อยที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเท่านั้น

แม้ว่าค่าเฉลี่ยในเรื่องปัจจัยด้านราคาจะมีผลในระดับน้อย แต่อัตราดอกเบี้ย MOR และ MLR เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ผู้ประกอบการขนาดกลางให้ความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย MOR และ MLR เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์ใช้เป็นอัตราที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดใหญ่ (ขณะที่อัตราดอกเบี้ย MRR เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์ใช้เรียกเก็บจากผู้ประกอบการรายย่อย) ดังนั้นผู้ประกอบการขนาดกลางจึงให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ย มาก โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ย MOR และ MLR

4.2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ตาราง 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ที่มีผลกระทบต่อการศึกษา
บริการสินเชื่อบริษัท

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการศึกษาบริการสินเชื่อบริษัท											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.ทำเลที่ตั้งของธนาคาร	22	12.02	121	66.12	36	19.67	4	2.19	0	0.00	3.88	มาก
2.บริเวณจอดรถเพียงพอ	73	39.89	83	45.36	25	13.66	2	1.09	0	0.00	4.24	มาก
3.ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัย	0	0.00	3	1.64	52	28.42	128	69.95	0	0.00	2.32	น้อยที่สุด
4.ธนาคารมีเครือข่ายทั่วประเทศ	4	2.19	65	35.52	114	62.30	0	0.00	0	0.00	3.40	น้อย
ผลรวม											3.46	น้อย

ที่มา : จากการศึกษาวิจัย

จากตาราง 4.23 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยบริเวณจอดรถเพียงพอ ปัจจัยทำเลที่ตั้งของธนาคาร เนื่องจากในการติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคาร ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการที่จะได้รับความสะดวกสบายและความคล่องตัวในการใช้บริการ โดยเริ่มตั้งแต่เรื่องทำเลที่ตั้งของธนาคาร และบริเวณที่จอดรถ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ ปัจจัยธนาคารมีเครือข่ายทั่วประเทศ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด คือ ปัจจัยความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยเนื่องจากในการติดต่อกับธนาคารในแต่ละครั้งลูกค้าแต่ละรายมักจะติดต่อกับหน่วยงานเฉพาะจุดหรือเฉพาะหน่วยงานและใช้เวลาไม่มากนัก ดังนั้นจึงให้ความสำคัญในปัจจัยเรื่องความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัย ในระดับน้อยที่สุด แม้ว่าผลที่ออกมาจะมีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีระดับความสำคัญน้อย แต่ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญในเรื่องทำเลที่ตั้งของธนาคาร และบริเวณที่จอดรถเพียงพอ เนื่องจากผู้ประกอบการมุ่งหวังที่จะได้รับความสะดวกในการเดินทางและติดต่อกับธนาคาร

4.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามระดับความสำคัญที่มีต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินค้าเชิงธุรกิจขนาดกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินค้าเชิงธุรกิจขนาดกลาง														
	มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่มีความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	0	0.00	23	12.57	160	87.43	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.13	น้อย	
2. ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย	8	4.37	22	12.02	153	83.61	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.21	น้อย	
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	0	0.00	17	9.29	166	90.71	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.09	น้อย	
ผลรวม													3.14	น้อย	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.24 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยข้อมูลสารสนเทศทันสมัย ปัจจัยข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน และปัจจัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ผลที่ออกมาเช่นนี้เนื่องจากปัจจุบันธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดในลักษณะเชิงรุกมากกว่าในอดีตที่ธนาคารหรือสถาบันการเงินมักจะไม่นับในเรื่องการทำการตลาดเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าของธนาคารในอดีตมักจะเป็นฝ่ายที่รุกหรือเข้าไปหาธนาคารเอง แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมของลูกค้าของธนาคารได้เปลี่ยนไปโดยเริ่มมีการไตร่ตรองและเลือกที่จะใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ที่ลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์สูงสุดและสูญเสียน้อยที่สุด ดังนั้นจึงทำให้ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินเริ่มมีการพัฒนาและปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมากและชัดเจนตามภาวะที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งสามารถทำได้ค่อนข้างจะใกล้เคียงกันจึงทำให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อผู้ประกอบการ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของ ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อของธนาคารในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับน้อย (ชลธิชา ไชยทิพย์,2545)

4.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ตาราง 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ
สินเชื่อบริการทางการเงิน

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อบริการทางการเงิน											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.การเข้าถึงลูกค้า	0	0.00	87	41.54	96	52.46	0	0.00	0	0.00	3.48	น้อย
2.การติดต่อสื่อสาร	0	0.00	42	22.95	141	77.05	0	0.00	0	0.00	3.23	น้อย
3.ความรู้ความสามารถ ความชำนาญของพนักงาน	9	4.92	145	79.23	29	15.85	0	0.00	0	0.00	3.89	มาก
4.ความมีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิก มารยาท ของพนักงาน	0	0.00	150	81.97	33	18.03	0	0.00	0	0.00	3.82	มาก
5.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	14	7.65	169	92.35	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.08	มาก
6.การให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงาน	41	22.40	142	77.60	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.22	มาก
7.การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน	41	22.40	142	77.60	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.22	มาก
8.มีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์	0	0.00	42	22.95	141	77.05	0	0.00	0	0.00	3.23	น้อย
ผลรวม											3.77	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.25 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมี ผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่ง หนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยการตอบสนอง แก่ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน ปัจจัยการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงาน ปัจจัย ความน่าเชื่อถือของพนักงาน ปัจจัยความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงาน และปัจจัย ความมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาท ของพนักงาน เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่มีฐานะกิจการ และฐานะส่วนตัวมั่นคง ได้รับการสนใจจากธนาคาร พาณิชย์หลายธนาคาร ถือว่าเป็นลูกค้าเป้าหมายที่ธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ต้องการจะชวนไปใช้บริการ ในฐานะลูกค้าของธนาคารพาณิชย์นั้น ทำให้ผู้ประกอบการ หรือลูกค้าธนาคารกลุ่มนี้คาดหวังว่าจะ ได้รับการดูแลหรือตอบสนองเป็นอย่างดีจากพนักงานหรือบุคลากรของธนาคารพาณิชย์ที่ ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นลูกค้าหรือใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านบุคลากรมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการ บริการด้านสินเชื่อบริษัท ไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อบริษัทในระดับมากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อบริษัท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับ น้อย (ชลธิชา ไชยทิพย์, 2545) และการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ในเรื่องปัจจัยด้าน บุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของ พนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ ลูกค้าบริษัท กับปัจจัยด้านการตอบสนอง แก่ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ ต้องการของพนักงานสาขาเป็นลำดับแรก(อนันต์ จงสูวิวัฒน์วงศ์, 2545) ส่วนปัจจัยด้านบุคลากรที่มี ระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยการเข้าถึงลูกค้า ปัจจัยการติดต่อสื่อสาร มี การอธิบายอย่างถูกต้องเข้าใจง่ายและปัจจัยการมีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์

4.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตาราง 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทประกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทประกัน													
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.การให้บริการที่รวดเร็ว	1	0.55	50	27.32	132	72.13	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.28	น้อย
2.ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	0	0.00	89	48.63	94	51.37	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.49	น้อย
3.การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	42	22.95	136	74.32	5	2.73	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.20	มาก
4.การพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร	0	0.00	12	6.56	74	40.44	96	52.46	1	0.55	0	0.00	2.53	น้อย
5.ระบบการทำงานได้มาตรฐาน	0	0.00	47	25.68	132	72.13	4	2.19	0	0.00	0	0.00	3.23	น้อย
6.ความเหมาะสมของเอกสารที่ใช้ติดต่อกับธนาคาร	0	0.00	2	1.09	85	46.45	92	50.27	4	2.19	4	2.19	2.46	น้อยที่สุด
7.ความหลากหลายของการให้บริการ	0	0.00	9	4.92	78	42.62	96	52.46	0	0.00	0	0.00	2.52	น้อย
8.ความยืดหยุ่นของการให้บริการ	0	0.00	1	0.55	23	12.57	156	85.25	3	1.64	3	1.64	2.12	น้อยที่สุด
ผลรวม												2.98	น้อย	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.26 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ปัจจัยการให้บริการที่รวดเร็ว ปัจจัยระบบการทำงานได้มาตรฐาน ปัจจัยการพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร และปัจจัยความหลากหลายของการให้บริการ ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุดคือ ปัจจัยความเหมาะสมของเอกสารที่ใช้ติดต่อกับธนาคาร และปัจจัยความยืดหยุ่นของการให้บริการ ตามลำดับ เนื่องจากในการติดต่อกับธนาคารหรือการดำเนินการเรื่องเอกสารที่ใช้ในการติดต่อกับธนาคาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการแทนผู้ประกอบการเองในเบื้องต้น สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือปัจจัยในเรื่องการให้บริการที่ไม่ผิดพลาด เนื่องจากหากพนักงานธนาคารก่อให้เกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการ อาจส่งผลทำให้เกิดความเสียหายต่อกิจการของผู้ประกอบการได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญมากในเรื่องการบริการที่ไม่ผิดพลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

4.2.7 ปัจจัยด้านหลักประกัน

ตาราง 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านหลักประกัน ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ
สินเชื่อบุคคลกลาง

ปัจจัยด้านหลักประกัน	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อบุคคลกลาง													
	มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.สัดส่วนวงเงินสินเชื่อต่อหลักประกัน	35	19.13	148	80.87	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.19	มาก
2.ประเภทหลักทรัพย์ค้ำประกัน	0	0.00	81	44.26	102	55.74	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3.44	น้อย
3.การประเมินราคาหลักทรัพย์โดยธนาคาร	0	0.00	1	0.55	56	30.60	126	68.85	0	0.00	0	0.00	2.32	น้อยที่สุด
ผลรวม													3.32	น้อย

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.27 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านหลักประกันโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านหลักประกันที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ ปัจจัยประเภทหลักทรัพย์ค้ำประกันเนื่องจากผู้ประกอบการหรือลูกค้าธนาคารเต็มใจและยินยอมที่จะนำหลักทรัพย์ของตนเองหรือของกิจการทั้งในรูปของที่ดิน ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง หรือเครื่องจักร มาเป็นหลักประกันสินเชื่อให้กับธนาคารตามวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ส่วนปัจจัยสัดส่วนวงเงินสินเชื่อต่อหลักประกัน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เนื่องจากผู้ประกอบการหรือลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับวงเงินสินเชื่อในวงเงินที่สูงสุดที่ธนาคารจะให้ได้เมื่อเทียบกับหลักประกันที่ผู้ประกอบการเสนอให้กับธนาคาร โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะประเมินว่าหลักทรัพย์ของตนเองที่นำมาเป็นประกันให้กับธนาคารนั้นมีมูลค่าสูงคั่งนั้นควรจะได้รับวงเงินสินเชื่อจากธนาคารในวงเงินที่สูงด้วย และปัจจัยการประเมินราคาหลักทรัพย์โดยธนาคารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุดเนื่องจากผู้ประกอบการมีความรู้สึกหากเจ้าหน้าที่ธนาคารจะเป็นผู้ประเมินเองตามหลักเกณฑ์ของการประเมิน ก็ไม่มีผลเสียต่อผู้ประกอบการเองอีก ทั้งยังทำให้รู้สึกมั่นใจ สบายใจ และเป็นกันเองมากกว่าการประเมิน โดยบริษัทภายนอก

4.2.8 ปัจจัยด้านอื่นๆ

ตาราง 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง

ปัจจัยด้านอื่นๆ	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ความมั่นคงของธนาคาร	18	9.84	165	90.10	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4.10	มาก
2. นโยบายของธนาคารมีความชัดเจน	4	2.19	166	90.17	13	7.10	0	0.00	0	0.00	3.95	มาก
3. ทัศนคติของผู้ให้บริการ	0	0.00	19	10.38	120	65.57	44	24.04	0	0.00	2.86	น้อย
ผลรวม											3.64	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.28 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านอื่นๆที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยความมั่นคงของธนาคาร และปัจจัยนโยบายของธนาคารมีความชัดเจน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการความมั่นคงและความปลอดภัยให้กับตนเองและกิจการ ในเมื่อตัดสินใจใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ใดพาณิชย์หนึ่งแล้ว อีกทั้งจากประสบการณ์ในเรื่องปัญหาของสถาบันการเงินที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่มีปัญหาในช่วงปี 2540 ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องความมั่นคงของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ายรายใหญ่ในเขตภาคเหนือ พบว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารเป็นลำดับแรก (อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์, 2545) และปัจจัยเรื่องนโยบายของธนาคารมีความชัดเจน ส่วนปัจจัยวิสัยทัศน์ของผู้นำ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

4.3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการสินเพื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ที่มีความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่

4.3.1 ปัญหาด้านกระบวนการ

ตาราง 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัญหาด้านกระบวนการที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง

ปัญหาด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.เอกสารที่ใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อมาก	0	0.00	0	0.00	40	21.86	142	77.60	1	0.55	2.21	น้อยที่สุด
2.อนุมัติสินเชื่อล่าช้า ขึ้นตอนมาก	0	0.00	0	0.00	6	3.28	54	29.51	123	67.21	1.36	ไม่มี ความสำคัญ
3.อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการ	0	0.00	0	0.00	4	2.19	10	5.46	169	92.35	1.10	ไม่มี ความสำคัญ
ผลรวม											1.56	น้อยที่สุด

ที่มา: จากการศึกษา

จากตาราง 4.29 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาด้านกระบวนการที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาด้านกระบวนการที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด คือ ปัญหาเอกสารที่ใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจและยอมรับว่า เอกสารที่ต้องใช้ประกอบในการพิจารณาอนุมัติวงเงินสินเชื่อมีความสำคัญสำหรับธนาคารอีก และเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการเอง อีกทั้งการเตรียมเอกสาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของกิจการดำเนินการแทน ส่วนปัญหาที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญ คือ ปัญหาอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ขั้นตอนมาก และปัญหาอนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการ เหตุผลเนื่องจากที่ผ่านมากลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้สินเชื่อธุรกิจขนาดกลางส่วนใหญ่ไม่เคยประสบปัญหาในเรื่องการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ขั้นตอนมาก หรืออนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการ

4.3.2 ปัญหาด้านราคา

ตาราง 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัญหาด้านราคา ที่พบในการเลือกใช้บริการกินเนื้อสุกรกินขนาดกลาง

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกินเนื้อสุกรกินขนาดกลาง												
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น	0	0.00	0	0.00	4	2.19	18	9.84	161	87.98	1.14	ไม่มี	
2. ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้แพง	0	0.00	0	0.00	4	2.19	76	41.53	103	56.28	1.46	ไม่มี	
3. ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์แพง	0	0.00	0	0.00	4	2.19	133	72.68	46	25.14	1.77	น้อยที่สุด	
ผลรวม											1.46	ไม่มี	
													ความสำคัญ

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง 4.30 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาด้านราคาที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญไม่มีความสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาด้านกระบวนการที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญตามลำดับ ได้แก่ ปัญหาค่าธรรมเนียมในการจัดการให้คู่แข่งกว่าธนาคารอื่น และปัญหาอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น เหตุผลเนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัทธุรกิจขนาดกลางกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะได้รับการยกเว้นการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้หรือได้รับลดหย่อนให้เก็บเพียงบางส่วนเท่านั้น สำหรับอัตราดอกเบี้ยที่ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ได้รับเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างต่ำ คือต่ำกว่าหรือเท่ากับธนาคารพาณิชย์อื่นที่เสนอให้บริการสินเชื่อกับผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ส่วนปัญหาค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์แพงกว่าธนาคารอื่นเป็นปัญหาที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด

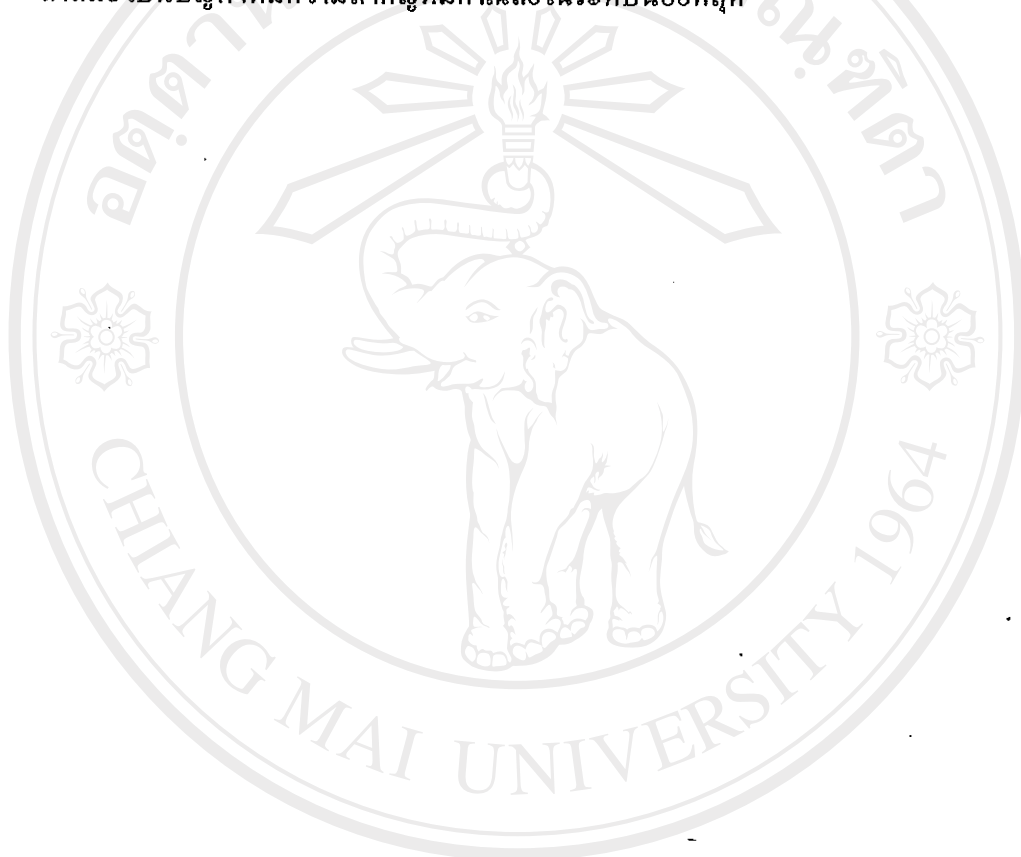
4.3.3 ปัญหาด้านระบบข้อมูล

ตาราง 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัญหาด้านระบบข้อมูล ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคล
ธุรกิจขนาดกลาง

ปัญหาด้านระบบข้อมูล	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้งานธุรกิจขนาดกลาง														
	มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่มี ความสำคัญ	ค่า	การ แปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1.ไม่ได้รับข่าวสารข้อมูลที่สำคัญจากธนาคาร	0	0.00	0	0.00	2	1.09	3	1.64	178	97.27	1.04	ไม่มี ความสำคัญ			
2.ข้อมูลข่าวสารล้าสมัย	0	0.00	0	0.00	2	1.09	89	48.63	92	50.27	1.51	น้อยที่สุด			
ผลรวม													1.27	ไม่มี ความสำคัญ	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.31 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาด้านระบบข้อมูล ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญไม่มีความสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาด้านระบบข้อมูลที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญ คือ ปัญหาไม่ได้รับข่าวสารข้อมูลที่สำคัญจากธนาคาร ส่วนปัญหาข้อมูลข่าวสารล่าสมัย เป็นปัญหาที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

4.3.4 ปัญหาด้านบุคลากร

ตาราง 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามระดับความสำคัญที่มีต่อบัญชีทางด้านบุคลากร ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มี		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.พนักงานปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้	0	0.00	0	0.00	2	1.09	1	0.55	180	98.36	1.03	ไม่มี ความสำคัญ
2.พนักงานไม่สุภาพ	0	0.00	0	0.00	2	1.09	11	6.01	170	92.90	1.08	ไม่มี ความสำคัญ
3.พนักงานไม่เห็นความสำคัญของลูกค้า	0	0.00	0	0.00	2	1.09	34	18.58	147	80.38	1.21	ไม่มี ความสำคัญ
ผลรวม											1.11	ไม่มี ความสำคัญ

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.32 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาด้านบุคลากร ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญไม่มีความสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาด้านบุคลากรทุกปัญหามีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญ ตามลำดับ ได้แก่ ปัญหาพนักงานไม่เห็นความสำคัญของลูกค้า ปัญหาพนักงานไม่สุภาพ และปัญหาพนักงานปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ ความชำนาญ เหตุผลเนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้ได้รับการดูแลและการปฏิบัติจากพนักงานธนาคารด้วยความสุภาพเสมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญยิ่งของธนาคาร สำหรับปัญหาเรื่องการปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ นั้นผู้ประกอบการกลุ่มนี้ประสบปัญหาน้อยมากโดยเข้าใจว่าไม่ได้เกิดจากความตั้งใจของพนักงานธนาคารแต่อย่างใด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.5 ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ

ตาราง 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ที่พบในการเลือกใช้บริการ สโมสรธุรกิจขนาดกลาง

ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการสโมสรธุรกิจขนาดกลาง											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ	0	0.00	0	0.00	2	1.09	65	35.52	116	63.39	1.38	ไม่มี ความสำคัญ
ผลรวม											1.38	ไม่มี ความสำคัญ

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 4.33 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบุคคลกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์ แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญไม่มีความสำคัญ โดยผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาสถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ มีความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้มักจะได้รับการดูแลเป็นอย่างดีจาก ธนาคาร โดยพนักงานธนาคารจะออกไปบริการผู้ประกอบการถึงสำนักงานหรือที่บ้าน หรือในการ ติดต่อกับธนาคารผู้ประกอบการจะให้พนักงานเป็นผู้ดำเนินการติดต่อกับธนาคารในขั้นตอน เบื้องต้น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame, from which rays of light emanate. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.6 ปัญหาด้านบริการ

ตาราง 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามระดับความสำคัญที่มีต่อปัญหาด้านบริการ ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการ
ขนาดกลาง

ปัญหาด้านบริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการขนาดกลาง										
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีความสำคัญ		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา	0	0.00	0	0.00	2	1.09	79	43.17	102	55.74	1.45
ผลรวม											1.45

ที่มา : จากการศึกษา

จากตาราง 4.34 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์ แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญไม่มีความสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับไม่มีความสำคัญ เนื่องจากการติดต่อกับพนักงานธนาคารนั้น ผู้ประกอบการสามารถติดต่อกับพนักงานธนาคาร ได้โดยง่ายทาง โทรศัพท์ทั้ง โทรศัพท์สำนักงาน หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนตัวของพนักงาน ทำให้ปัญหาด้านการบริการในเรื่องความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขาหรือพนักงานธนาคาร ไม่มีความสำคัญ

ตาราง 4.35 สรุปแสดงลำดับความสำคัญของความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทขนาดกลางในพื้นที่รับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.77	มาก
ปัจจัยด้านอื่นๆ	3.64	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	3.46	น้อย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.32	น้อย
ปัจจัยด้านหลักประกัน	3.32	น้อย
ปัจจัยด้านราคา	3.20	น้อย
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	3.14	น้อย
ปัจจัยด้านกระบวนการ	2.98	น้อย

ที่มา : จากการสำรวจ

สำหรับปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทขนาดกลางของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เรียงลำดับตามความสำคัญ มีระดับความพึงพอใจมากได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 3.77 และปัจจัยด้านอื่นๆค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนปัจจัยที่เหลือมีระดับความพึงพอใจน้อย

ในประเด็นปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทขนาดกลางของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความสำคัญ เว้นแต่ปัจจัยในด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด