

## บทความวิจัยเรื่อง

### ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช

ชมาพร ปรางละอ<sup>1</sup>  
รศ.ชนบพันธ์ เอี่ยมโอภาส<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ และสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการได้รับเพิ่มเติมจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาค้นคว้าโดยใช้วิธีการวิจัยภาคสนาม (Field Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จากผู้ประกอบการ SMEs ลูกค้านครศรีธรรมราช สาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช จำนวน 10 คน และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม 2561-มกราคม 2562

#### ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ ความพึงพอใจในเงื่อนไขโครงการสินเชื่อ ความสะดวกในการยื่นกู้ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ และความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน
2. สิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากเงินกู้และอัตราดอกเบี้ย คือ การลดภาษีนิติบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ รวมทั้ง ต้องการให้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมธนาคารของรัฐในการขยายวงเงินสินเชื่อ และการประชาสัมพันธ์โครงการให้ทั่วถึงมากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการ
3. ข้อเสนอแนะในการให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ SMEs ที่ค้นพบ คือ การขยายวงเงินสินเชื่อเพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถกู้ได้มากขึ้น รวมทั้ง รัฐบาลควรมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ให้มีรายได้และยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น และต้องการให้ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มีระบบการชำระค่างวดที่ทันสมัยขึ้น โดยสามารถตัดหักบัญชีได้

<sup>1</sup>นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

- คำสำคัญ** 1. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย  
2. ส่งเสริม SMEs เป็นวาระแห่งชาติ 3. ผู้ประกอบการ SMEs

## **บทนำ**

หลายครั้งที่ประเทศไทยประสบปัญหาภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ (Recession) แต่กลุ่มธุรกิจที่ยังดำเนินต่อไปได้ พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจ SMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีความชำนาญเฉพาะด้าน มีความยืดหยุ่น และคล่องตัวในการบริหารจัดการดำเนินการด้วยเงินทุนที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งสามารถเริ่มได้ด้วยตนเอง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพ สวยงาม และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้ธุรกิจ SMEs สามารถสร้างระบบเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและเป็นแรงผลักดันระบบเศรษฐกิจให้เคลื่อนตัวไปข้างหน้าได้ (ปฐมพร ทรงสุโรจน์, 2559)

รัฐบาลปัจจุบันภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรม SMEs และผลักดันส่งเสริม SMEs เป็นวาระแห่งชาติ โดยมีธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการ มุ่งเน้นให้ SMEs สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งภายใต้บริบทการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564) ซึ่งให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถของ SMEs ให้เติบโตเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลผ่านแนวคิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ในด้านต่างๆ เพื่อให้ SMEs สามารถก้าวขึ้นมาเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) นโยบายของรัฐบาลที่ให้ SMEs เป็นวาระแห่งชาติและยุทธศาสตร์ของกระทรวงที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริม SMEs ปี 2561 รัฐบาลได้สนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มดังกล่าวยังมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจต่อไป จึงได้ออกมาตรการช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงิน รวมทั้งมาตรการด้านอื่นๆ เพื่อยกระดับไปสู่ยุค 4.0 ที่มีศักยภาพ โดยการจัดโครงการสินเชื่อผ่านธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ไทยคูฟ้า, 2561)

ขณะที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น, อ้างถึงใน ปฐมพร ทรงสุโรจน์, 2559) ได้รวบรวมข้อมูลและ

งานวิจัย พบปัญหาที่เกิดจากผู้ประกอบการ SMEs คือ ด้านการตลาด การขาดแคลนเงินทุน ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบและจ่ายอัตราดอกเบี้ยสูง รวมถึงการเข้าถึงการส่งเสริมของรัฐ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ ดังนั้นแนวทางที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถอยู่รอดและเติบโตได้คือ การเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2561)

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช ในประเด็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รวมถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติมจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช ซึ่งผลที่ได้จะนำมาใช้เป็นข้อเสนอแนวทางให้กับผู้บริหารของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช เพื่อใช้ในการพัฒนาการให้บริการสินเชื่อด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติม จากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาจากผู้ประกอบการ SMEs ที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช จำนวน 10 คน ศึกษาใน 3 ประเด็น คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ สิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติมจากธนาคาร และข้อเสนอแนะหรือข้อแนะนำในการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช

2. ทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติมจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช
3. ทำให้ทราบถึงข้อแนะนำในการให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ SMEs ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช
4. ผลที่ได้จากการศึกษา สามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะหรือข้อแนะนำในการให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ SMEs ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช ต่อไป

### การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (อ้างถึงใน คทาเทพ นิตินิธิ, 2558) ได้อธิบายว่า กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละขั้นนั้น ประกอบไปด้วยปัจจัยและขั้นตอนต่างๆ หลายขั้นตอนเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การตระหนักถึงความต้องการ หมายถึง ผู้บริโภคจะพบว่าตนเองมีความปรารถนาในสิ่งใดที่ตนเองขาดไป
2. การค้นหาข้อมูล หมายถึง เมื่อใดก็ตามที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการมาก ผู้บริโภคจะทำการค้นหาหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่สนใจเพื่อประกอบการตัดสินใจ
3. การประเมินทางเลือก หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคได้นำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนสนใจ มาเปรียบกับสินค้าหรือบริการที่ใกล้เคียงกันหรือสามารถทดแทนกันได้ ในด้านต่างๆ
4. การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะเรียงลำดับความชอบที่มีต่อสินค้าหรือบริการต่างๆ และทำการตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคชอบที่สุด โดยการตัดสินใจนั้นจะอ้างอิงจากปัจจัยต่างๆ เช่น คุณภาพสินค้าหรือบริการเมื่อเทียบกับราคาสินค้าหรือบริการ ราคาสินค้าหรือบริการเมื่อเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับ
5. พฤติกรรมภายหลังซื้อ เป็นพฤติกรรมหลังจากผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้วถึงจะทำการประเมินความพอใจและความคุ้มค่าของสินค้าหรือบริการนั้น เพื่อเป็นข้อมูลและประสบการณ์ในการตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำอีกหรือไม่

### **แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ**

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (อ้างถึงใน วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี, 2558, หน้า 2) ได้อธิบายว่า ได้อธิบายว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึง งานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวกซึ่งเรียกว่า ผู้ให้บริการ และผู้มารับบริการ ก็คือผู้มารับความสะดวก

### **ความสำคัญของการบริการ**

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (อ้างถึงใน วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี, 2558, หน้า 3) อธิบายสรุปว่า ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) งานบริหารบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ที่ให้บริการส่วนหน้า ต้องรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง โดยมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของการบริการ ด้วยการกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้ามาใช้บริการพึงพอใจเป็นสำคัญ

2) ผู้ประกอบการ ต้องตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรกและรู้จักสำรวจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและการปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

2.2 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและขอบเขตความเป็นไปได้ของการใช้บริการที่เหมาะสม ด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการและสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

### **แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (อ้างถึงใน รุ่งนภา นาพงษ์, 2557, หน้า 21-23) อธิบายสรุปว่า องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการ
4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) และการประชาสัมพันธ์

(Publicity and public relation) เป็นแผนงานการนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

5. พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ ในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ ผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติ ในด้านการบริการที่นำเสนอกับลูกค้า

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิไลวรรณ อุดมโชคพิพัฒน์ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัญหาที่ประสบในการยื่นกู้สินเชื่อ ส่วนมากประสบปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูง ปัจจัยด้านประชากร รายได้ และการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอยู่ในระดับสูง ด้านแนวโน้มการให้บริการในอนาคตส่วนมากมีแนวโน้มจะใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยมากขึ้น

ปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs ผลกระทบของเศรษฐกิจต่อการดำเนินงาน SMEs และความคิดเห็นของผู้ประกอบการในมาตรการของรัฐบาลที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 10 ราย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาเรื่องสภาพคล่องทางการเงิน และปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด รองลงมาเป็นความต้องการขยายกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนา คินิมาน (2546) ที่ได้ศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัญหาสำคัญที่สุดคือเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ วัตถุประสงค์หลักในการกู้ยืมเงิน คือ เพื่อมาขยายกิจการ ลงทุนในสินทรัพย์ และเสริมสภาพคล่องให้กับธุรกิจ วงเงินที่ผู้ประกอบการกู้ยืมมีตั้งแต่ 200,000 - 100,000,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง มีความต้องการวงเงินกู้ยืมที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของกิจการ ด้านความช่วยเหลือจากรัฐบาลในมาตรการส่งเสริมธุรกิจผู้ประกอบการ SMEs พบว่า โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. เป็นโครงการที่ผู้ประกอบการส่วนมาก ใช้ในการกู้สินเชื่อธุรกิจที่ให้ความช่วยเหลือในวงเงินค้ำประกัน สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการเสนอให้มีนโยบายลดภาษีนิติบุคคล ค่าธรรมเนียมอื่นๆ ผ่านธนาคารพาณิชย์ ในการลดภาษีนิติบุคคลเพื่อให้ธุรกิจเพิ่มโอกาสในการทำ

กำไรมากขึ้น และเกิดแรงจูงใจในการขยายการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงลด ค่าธรรมเนียมที่เก็บเพิ่มจากการใช้บริการผ่านธนาคารพาณิชย์

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### *เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย*

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงเอกสาร โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี วรรณกรรม รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการวิจัยภาคสนาม จะใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

#### *วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล*

1. การวิจัยเอกสาร โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. การวิจัยภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้ามาใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช รวม 10 คน ในการสัมภาษณ์จะใช้คำถามเหมือนกันทุกคน เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม 2561-มกราคม 2562

#### *การวิเคราะห์ข้อมูล*

1. ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาแยกประเด็นตามแต่ละประเด็น
2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแยกประเด็นคำถาม แล้วนำมาเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน ก่อนจะนำข้อมูลนั้นไปวิเคราะห์
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแยกประเด็นคำถาม แล้วนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้ทราบถึงลักษณะที่มีความคล้ายคลึงและแตกต่างของข้อมูล ก่อนจะนำข้อมูลนั้นไปวิเคราะห์
4. นำข้อมูลที่ได้จากการเปรียบเทียบมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันเพื่อสรุปผลการวิจัยในประเด็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รวมถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติมจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนา

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช ครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ ความพึงพอใจในเงื่อนไข

โครงการสินเชื่อ ความสะดวกในการยื่นกู้ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ และ ความพึงพอใจ พนักงาน นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่คุณประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติม ได้แก่ การลดภาษีนิติบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และ ต้องการให้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมธนาคารของรัฐในการขยายวงเงินสินเชื่อ และการประชาสัมพันธ์โครงการให้ทั่วถึงมากขึ้น

### **อภิปรายผลการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช ได้แก่

1) ความพึงพอใจในเงื่อนไขโครงการสินเชื่อ คือ โครงการสินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน (Local Economy Loan) และ โครงการฟื้นฟูและเสริมศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับ SMEs - คนตัวเล็ก เนื่องจากได้วงเงินกู้สูง ตั้งแต่ 1,000,000 – 5,000,000 บาท ใกล้เคียงกับงานวิจัยของปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ที่กล่าวว่า โครงการเงินกู้ที่ผู้ประกอบการ SMEs สนใจ และวงเงินที่ผู้ประกอบการ SMEs กู้ยืมมีตั้งแต่ 200,000 – 100,000,000 บาท ซึ่งแตกต่างกันไปตามความต้องการและลักษณะของกิจการ

2) ความสะดวกในการยื่นกู้ เนื่องจากสามารถใช้ บสย. และบุคคลค้ำประกันเต็มวงเงิน โดยไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs มีโอกาสในการได้รับเงินกู้มาเสริมสภาพคล่องในกิจการ เป็นทุนหมุนเวียนในการสต็อกสินค้า รวมทั้ง การขยายกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ที่กล่าวว่า ด้านความช่วยเหลือจากรัฐบาลในมาตรการส่งเสริมธุรกิจผู้ประกอบการ SMEs พบว่า โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. เป็นโครงการที่ผู้ประกอบการส่วนมากใช้ในการกู้สินเชื่อธุรกิจ โดยให้ความช่วยเหลือในวงเงินค้ำประกัน และเป็นไปแนวทางเดียวกับงานวิจัยของนันทนา คินิมาน (อ้างถึงใน ปฐมพร ทรงสุโรจน์, 2559) ที่ได้ศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาสำคัญที่สุด คือเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอวัตถุประสงค์หลักในการกู้ยืมเงิน คือ เพื่อมาขยายกิจการ ลงทุนในสินทรัพย์ และเสริมสภาพคล่องให้กับธุรกิจ

3) อัตราดอกเบี้ยของโครงการสินเชื่อถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ รวมถึงระยะเวลาในการผ่อนชำระค่างวดในการผ่อนชำระที่ไม่สูงเกินไป สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps ซึ่งศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (อ้างถึงในรุ่งนภา นาพงษ์, 2557) ได้อธิบายสรุปว่า องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด 7Ps จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่วนประสมการตลาด 7Ps ในที่นี้



ประกอบด้วย ผลผลิตทันที หมายถึงโครงการสินเชื่อ ราคา หมายถึง ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียมต่างๆ ตามเงื่อนไขของโครงการ ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงการสินเชื่อของรัฐบาลที่ดำเนินการผ่านธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย การส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง อัตราดอกเบี้ยโครงการจะถูกกว่าดอกเบี้ยสินเชื่อของธนาคารอื่นๆ โดยรัฐบาลชดเชยอัตราดอกเบี้ยให้แก่ผู้กู้ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อปี และโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การประชาสัมพันธ์โครงการ และกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ

4) ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ อุดมโชคพิพัฒน์ (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอยู่ในระดับสูง ด้านแนวโน้มการให้บริการในอนาคตส่วนมากมีแนวโน้มจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยมากขึ้น

2. สิ่งที่คุณประกอบการ SMEs ต้องการรับได้เพิ่มเติม จากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขานครศรีธรรมราช

1) ต้องการให้รัฐบาลเพิ่มนโยบายหรือมาตรการช่วยเหลือในด้านการลดภาษีนิติบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ที่กล่าวสรุปว่า ผู้ประกอบการ SMEs เสนอให้รัฐบาลออกนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจ SMEs โดยการลดภาษีนิติบุคคล และค่าธรรมเนียมอื่นๆ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจในการทำกำไรมากขึ้น และเกิดแรงจูงใจในการขยายการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงลดค่าธรรมเนียมที่เก็บเพิ่มจากการใช้บริการผ่านธนาคาร

2) ต้องการให้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมธนาคารของรัฐในการขยายวงเงินสินเชื่อ เนื่องจากต้องการได้รับวงเงินสินเชื่อที่สูงขึ้น และประชาสัมพันธ์โครงการให้ทั่วถึงมากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) พบว่า ธนาคารควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์และมีความชัดเจนในโครงการของรัฐบาลที่ให้กับผู้ประกอบการ SMEs มากขึ้น เช่น โครงการของ บสย. ที่ค้ำประกันวงเงินกู้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นโครงการที่ผู้ประกอบการมีความต้องการมาก แต่หากการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงจะทำให้ผู้ประกอบการบางรายพลาดโอกาส และไม่ได้รับวงเงินนั้นๆ หรือได้รับไม่เพียงพอ จึงอยากให้โครงการของรัฐบาลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการปฏิบัติการต่อผู้ประกอบการ

### ข้อเสนอแนะ

1. ขอให้ธนาคารขยายวงเงินสินเชื่อเพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถกู้ได้มากขึ้น
2. รัฐบาลควรมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ให้มีรายได้และยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น
3. ต้องการให้ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ไม่มีความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโครงการช่วยเหลือของภาครัฐ
4. ต้องการให้ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มีระบบการชำระค่างวดที่ทันสมัยขึ้น สามารถตัดหักบัญชีได้

### บรรณานุกรม

- คทาเทพ นิตติศิริ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อแบบ Reverse Mortgage*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ไทยคู่ฟ้า. *รัฐบาลเสริมแกร่ง SMEs สนับสนุนเงินกู้ 78,000 ล้านบาท*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.sanook.com/money/543455/>.
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. *ข้อมูลด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.smebank.co.th/>.
- ปฐมพร ทรงสุโรจน์. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งนภา นาวงษ์. (2557). *ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มวัยทำงานในเขตเทศบาลตำบลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. หน้า 21-23.
- วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี. (2558). *ความรู้เบื้องต้นการให้บริการ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.spvc.ac.th/news/Chapter1-Service.pdf>.
- วิไลวรรณ อุดมโชคพิพัฒน์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.