

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่

นางลักษณ์ เพ็ชรมาก

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในพื้นที่จังหวัดกระบี่ 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในพื้นที่จังหวัดกระบี่ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ 3) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดกระบี่ ได้คำนวณจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยสถิติ f-Test, ANOVA และ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคน จัดตั้งกิจการ ตั้งแต่ 1-3 ปี ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจ ส่วนใหญ่ มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ล้านบาท และ ตั้งแต่ 0.11 – 0.5 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนของธุรกิจ ส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ล้านบาท ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองกระบี่ มีบุคลากร/ลูกจ้าง ไม่เกิน 10 คน ประเภทที่ลูกค้าประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นประเภทอุปโภค-บริโภค โดยลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน , อายุการจัดตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน , ยอดขายเฉลี่ย/เดือน ที่แตกต่างกัน , ทุนจดทะเบียนของธุรกิจที่แตกต่างกัน , ทำเลที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกัน และจำนวนบุคลากร/ลูกจ้างของธุรกิจที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันทั้งหมด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับด้านคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโดยภาพรวมมีด้านการค้นหาข้อมูลมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับสูงถึงสูงมาก และด้านการประเมินทางเลือก (การเปรียบเทียบ) ด้านการตระหนักถึงความต้องการ และด้านการเลือกใช้บริการของธนาคาร) มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการในระดับสูงมาก

การศึกษาในครั้งนี้เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการ และเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการ พัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และก่อประโยชน์สูงสุดกับผู้ประกอบการธุรกิจ SME

คำสำคัญ : การให้บริการสินเชื่อ / การตัดสินใจเลือกใช้บริการ / ผู้ประกอบการธุรกิจ SME

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to study the demographic factors of small and medium business entrepreneurs affecting the decision to usage credit services of Kasikorn bank at Krabi province. 2) To investigate the quality of credit service provided by Kasikorn bank at Krabi Province, which affects the decision to use the service. 3) To examination the process of deciding to use the Kasikorn Bank credit service of small and medium business entrepreneurs at Krabi province that affects the decision to use the service. In addition, this research employed quantitative research. The population selected in this study was small and medium business entrepreneurs at Krabi province that used Kasikorn Bank's loan service at Krabi. The sample in this study calculated from the population 400 people with f-Test statistics, ANOVA and Correlation.

The results showed that most of respondents are business owners by establish business from 1-3 years. The average monthly sales of most businesses are less than or equal to 0.1 million baht and from 0.11 - 0.5 million baht. The business register capital is most less than or equal to 0.1 million baht located in Krabi town. There are no more than 10 personnel / employees. Moreover, the type in which the customer engages in business mostly are consume type, with business registration characteristics were different, age of business establishment were different, average sales / month were different, businesses registered capital were different, location of businesses were different and the number of personnel / employees were different as well that were different decision to use services. Therefore, those factors affect the decision to use all the services were different.

Overall decision to use the service, there was a relationship in the similar direction with the quality of credit services. There was a search for information that was the same direction at a high to highest level and the evaluation of alternatives (comparison), awareness of requirements and the selection usage of the bank service were similar direction with the service quality at highest level.

Lastly, the researcher brought advantage information in this study for management, guideline the solving problems, improving and development service including develop effective personnel and maximize benefits for SME entrepreneurs.

Keywords: Credit Service / Service Decision / SME Entrepreneurs

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การส่งเสริม SME ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) จะมุ่งเน้นให้ SME สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ภายใต้บริบท การแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว SME ไทย จะต้อง มีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจ สามารถสร้างสรรค์สินค้า/ บริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีมูลค่าสูง แข่งขันได้ทั้งตลาด ในประเทศและตลาดโลก เพื่อให้ SME ไทยก้าวขึ้นเป็นพลัง ขับเคลื่อน เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้อย่างแท้จริง การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจของ SME ให้อยู่ในรูปแบบที่ ช่วยสนับสนุนการเติบโตของ SME ไม่ว่าจะเป็น การมี หน่วยงานให้บริการความช่วยเหลือที่ครบถ้วน ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นสามารถเข้าถึงได้อย่าง สะดวก การติดต่อกับภาครัฐมีขั้นตอนที่ชัดเจนและ รวดเร็ว การมีสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม กฎหมาย กฎ ระเบียบ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ สิ่งต่างๆ เหล่านี้หากได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้ อยู่ใน รูปแบบที่เหมาะสม จะช่วย SME ให้สามารถ เริ่มต้นธุรกิจและเติบโตได้มากขึ้น

เงินทุนมีผลอย่างยิ่งต่อการเติบโตและความอยู่รอดของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงแหล่ง เงินทุนถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับ SME ไทย มาอย่างยาวนาน เป็นผลจากข้อจำกัดทั้งด้านความไม่ พร้อมของผู้ประกอบการ หลักเกณฑ์ที่ไม่ยืดหยุ่นของสถาบันการเงิน ประเภทของเงินทุนในประเทศ ที่ ไม่มีความหลากหลายและไม่ตอบสนองความต้องการของธุรกิจในแต่ละ ช่วงการเติบโต ทั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญปัญหาการเข้าถึง แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะปิดกิจการ และบาง กลุ่มต้องรับภาระ จากต้นทุนการกู้ยืมที่สูงเกินไป ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโต ของธุรกิจ ในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ จะสามารถต่อยอด สร้างการเติบโตของ ยอดขาย ขยายธุรกิจ และจ้างแรงงานเพิ่ม อย่างไรก็ตาม SME บางส่วนที่เข้าถึงแหล่งเงินทุน ก็ยังมี ข้อจำกัดในการบริหารจัดการเงิน ให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น แนวทางที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SME สามารถ อยู่รอดและเติบโตได้ คือ การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเพิ่มโอกาส การเข้าถึงแหล่ง เงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ SME สามารถ เข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่

หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว (สสว.,แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 ปี 2560-2564)

สินเชื่อมีความสำคัญทั้งในทางด้านผู้ผลิต และผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้รับสินเชื่อ สามารถนำสินค้าและบริการ ไปใช้เพื่อตอบสนอง ความต้องการก่อนแล้วผ่อนชำระที่หลัง โดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูง หากไม่มีสินเชื่อเข้ามาเป็นสื่อกลาง ก็เป็นการยากที่จะเกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างกันได้ แสดงให้เห็นว่าสินเชื่อได้เพิ่มอำนาจซื้อให้แก่บุคคลมากขึ้นซึ่งจะมีผลต่อการขยายการผลิตสินค้าและบริการตามไปด้วย และจะมีผลต่อการจ้างงาน การซื้อวัตถุดิบ ทำให้คนในสังคมมีรายได้เพิ่มขึ้น ความสำคัญของสินเชื่อ ทั้งในทางด้านสังคมนั้น สินเชื่อมีผลให้พฤติกรรม การผลิต การบริโภค และการใช้จ่าย ของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทั้งยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมได้อีกด้วย สถาบันการเงินที่เป็นตัวกลางทางการเงินหลักให้กับ SME คือ ธนาคาร โดยมุ่งเน้น และผลักดันให้ SME สามารถดำเนินธุรกิจและเติบโตอย่างต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ

ธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และพนักงานชุดแรกเริ่มเพียง 21 คน มีอาคารซึ่งเป็นสาขาสำนักถนนเสือป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก การดำเนินงานของธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพียง 6 เดือน หรือเพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2488 มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท มีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท จากจุดเริ่มต้นจนถึงวันนี้ ธนาคารกสิกรไทยเติบโตอย่างมั่นคง ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใต้คำขวัญของธนาคารที่ว่า "บริการทุกระดับประทับใจ"

ในการเป็นสถาบันการเงินที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง สร้างนวัตกรรมทางการเงิน และทำงานเชิงรุก เพื่อส่งมอบบริการมาตรฐานสากล และคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ด้วยการประสานพลังเทคโนโลยีและบุคลากรคุณภาพ เพื่อตอบสนองลูกค้าทั้งการใช้ชีวิตและการดำเนินธุรกิจ (ไทยรัฐออนไลน์,2555)

ธนาคารยังคงสานต่อยุทธศาสตร์การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยตระหนักถึงความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก จึงให้ความสำคัญกับการประคับประคองธุรกิจและฐานะการเงินของลูกค้า ควบคู่กับการสนับสนุนให้ลูกค้าเติบโตไปพร้อมกับโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยมุ่งพัฒนาธุรกิจทั้งในมิติของกลุ่มลูกค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ และช่องทางหลักในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการบริการทางการเงินอย่างครบวงจร

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดความสนใจและเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ และนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ SME และผลของการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการ และเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการ และพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ สร้างความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ ความ ศรัทธา และก่อประโยชน์สูงสุดกับผู้ประกอบการ SME พร้อมทั้งยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในพื้นที่จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในพื้นที่จังหวัดกระบี่ที่มีผล ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ
3. เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทย ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในพื้นที่จังหวัดกระบี่ มีผลต่อการ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ
3. กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการทำวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็น การศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดกระบี่
2. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดกระบี่ ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งไม่ทราบขนาด

ประชากร จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคอแครน W.G. Cochran (1953) ซึ่งจากการคำนวณโดยใช้สูตรดังกล่าว จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน จึงทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อยู่ที่จำนวน 400 คน โดยการเลือกสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience sampling)

3.ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง ธันวาคม 2562 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจและผู้ประกอบการ

ธุรกิจ (Business) หมายถึงความพยายามของผู้ประกอบการที่จะผลิตหรือซื้อขายสินค้า (Products) หรือบริการ (Services) เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม (ลูกค้า) โดยหวังที่จะได้ผลกำไร และยอมรับความเสี่ยงในการขาดทุนหรือไม่ได้ผลกำไรตามต้องการ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีจริยธรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องทุ่มเทเวลา ความพยายามและเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้านประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency)

ลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว, ห้างหุ้นส่วน, ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด

ประเภทของธุรกิจ แบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.ธุรกิจการผลิต (Manufacturing Business) หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการแปรรูป (Transforming) วัตถุดิบให้เป็นสินค้า เช่น ธุรกิจการผลิตอาหาร ธุรกิจการทอผ้า ธุรกิจการผลิตรถยนต์ เหล่านี้เป็นต้น

2.ธุรกิจบริการ (Service Business) หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการลูกค้า เช่น ธุรกิจการเงิน ธนาคาร ร้านค้า ศูนย์การค้า ธุรกิจการบิน ธุรกิจการท่องเที่ยว เหล่านี้เป็นต้น

3.ธุรกิจการค้า (Trading Business) หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อ-ขายสินค้า หรือเป็นคนกลางในการซื้อขายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ธุรกิจการค้าปลีก ธุรกิจการค้าส่ง เหล่านี้เป็นต้น (จตุรภูษ ศรีไว, 2560)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพ หมายถึง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสินค้าหรือบริการนั้นสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสมได้เปรียบคู่แข่ง ลูกค้ามีความพึงพอใจ และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น

คุณภาพ หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยคำนึงถึงการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม

คุณภาพตามความหมาย คือคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่สนองต่อความพึงพอใจของบุคคลตามที่ต้องการ ดังนั้นคุณลักษณะของคุณภาพจึงแยกออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1.คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ก็คือการดำเนินงานอย่างเป็นระบบซึ่งเกี่ยวข้องกับการวางแผนและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามที่กำหนด โดยสามารถพิจารณาคุณสมบัติสำคัญได้ 8 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะ,ลักษณะเฉพาะ,ความเชื่อถือได้,ความสอดคล้องตามที่กำหนด,ความทนทาน,ความสามารถในการให้บริการ,ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้า

2.คุณภาพของงานบริการ ในส่วนของคุณภาพตามลักษณะคุณภาพของงานบริการประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญ 9 ด้าน คือ ความเชื่อถือได้,การตอบสนองความต้องการ,ความสามารถ,การเข้าถึงได้,ความสุภาพ,การติดต่อสื่อสาร,ความน่าเชื่อถือ,ความปลอดภัย และความเข้าใจลูกค้า

องค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดคุณภาพก็คือ คน เครื่องจักร และวัตถุดิบ หากส่วนประกอบทั้ง 3 มีคุณภาพ ไม่บกพร่องและไม่มีความผันแปรก็จะทำให้กระบวนการต่าง ๆ มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการควบคุมความผันแปรด้วยการเลือกบุคคลที่มีคุณภาพมีทักษะความรู้ เครื่องจักรทันสมัย และวัตถุดิบที่นำมาใช้นั้นดีก็จะส่งผลถึงการมีคุณภาพด้วย(IM2 Market,2017)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

จาริณี แซ่ว่อง (2556) ความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ คาดหวังไว้ เมื่อได้บริโภคผลิตภัณฑ์นั้นแล้วผลิตภัณฑ์เหล่านั้นสามารถให้ประโยชน์ตอบสนองตามความจำเป็นหรือความต้องการที่เกิดขึ้นได้ และทำให้เกิดความพึงพอใจที่สุดซึ่งนำไปสู่เป้าหมายทางการตลาดดังนั้น นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษากระบวนการตัดสินใจผู้บริโภคในแต่ละขั้นตอนมีลักษณะอย่างไร มีบุคคลหรือข้อมูลใดบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง รวมทั้งวิธีการประเมินผลและการตัดสินใจเพื่อเรียนรู้และนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้การตัดสินใจซื้อได้โดยง่ายความหมายและระดับของกระบวนการตัดสินใจซื้อในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก เพื่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ความหมายของการตัดสินใจซื้อ

นิตยาพร เสมอใจ (2550, อ้างอิงในจาริณี แซ่ว่อง, 2556) การตัดสินใจซื้อ หมายถึงกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ Schiffman and Kanuk (2004, อ้างอิงในจาริณี แซ่ว่อง, 2556) การตัดสินใจซื้อ หมายถึงการเลือกทางเลือกที่มีอยู่จากทางเลือกสองทางหรือมากกว่าโดยเป็นทางเลือกที่สามารถเป็นไปได้ การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การประเมินทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในการดำรงชีวิตของผู้บริโภคแต่ละวัน ผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความจำเป็นและส่งผลกระทบกับการดำเนินชีวิตมากน้อยแค่ไหน เช่น การตัดสินใจซื้อบ้านจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่สลับซับซ้อน ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อมากกว่า

การซื้อยาสระผมที่ราคาถูกกว่า และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า เมื่อใช้แล้วไม่พึงพอใจ เป็นต้น ซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดโดยคาดหวังว่าเมื่อตัดสินใจซื้อแล้ว ผลลัพธ์จะให้ประโยชน์ได้ตามความต้องการ

ระดับของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ตอบสนองเป็นประจำ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แก้ปัญหาอย่างจำกัด และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แก้ปัญหาอย่างลึก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research methods) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษารายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ที่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดกระบี่

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จากสูตรของ Cochran 1997 ซึ่งจากการคำนวณโดยใช้สูตรดังกล่าว จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน จึงทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อยู่ที่จำนวน 400 คน โดยการเลือกสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งรายละเอียดในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ ด้านการบริการที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยมีการนำเครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาใช้เป็นเกณฑ์ประเมินผลในงานวิจัยต้องการให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินข้อความออกมาเป็นส่วนตามความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก (การเปรียบเทียบ) การซื้อ (การเลือกใช้บริการของธนาคาร) การบริโภค และการประเมินหลังการบริโภค โดยมีการนำเครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาใช้เป็นเกณฑ์ประเมินผลในงานวิจัยต้องการให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินข้อคำถามออกมาเป็นส่วนตามความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีการตอบแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูล ดังกล่าวมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป แล้วนำผลที่ได้การวิเคราะห์ และตีความ โดยการใช้แนวคิด ทฤษฎี ของเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบ ในการวิจัยผล โดยสถิติ ที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ผล มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจ ระยะเวลาการจดทะเบียน ยอดขาย ทุนจดทะเบียน ทำเลที่ตั้งธุรกิจ จำนวนบุคลากร และประเภทของธุรกิจ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดกระบี่ โดยใช้ สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ โดยใช้ สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการ ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร (Independent Sample F-Test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบว่าลักษณะของผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทยหรือไม่ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) เพื่อสรุปถึงความสัมพันธ์และทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารฯ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดกระบี่ สำหรับการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย

พบว่าส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จัดตั้งกิจการ ตั้งแต่ 1-3 ปี ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจ มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ล้านบาท และ ตั้งแต่ 0.11 – 0.5 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนของธุรกิจ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ล้านบาท ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองกระบี่ มีบุคลากร/ลูกจ้าง ไม่เกิน 10 คน ประเภทที่ลูกค้าประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นประเภทอุปโภค-บริโภค

พบว่า คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดกระบี่ อันดับหนึ่ง คือ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ธนาคารฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการรับประกัน,ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้,ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ และ ด้านการบริการที่สัมผัสได้

การตัดสินใจเลือกใช้บริการอันดับหนึ่ง คือ การประเมินหลังการบริโภค (ประเมินหลังการใช้บริการแล้ว) รองลงมา คือ ด้านการบริโภค (การใช้บริการ),การซื้อ (การเลือกใช้บริการของธนาคาร),การตระหนักถึงความต้องการ,การประเมินทางเลือก (การเปรียบเทียบ) และอันดับสุดท้าย คือ การค้นหาข้อมูล

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริการธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จัดตั้งกิจการ ตั้งแต่ 1-3 ปี มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ล้านบาท และ ตั้งแต่ 0.11 – 0.5 ล้านบาท โดยมีทุนจดทะเบียนของธุรกิจ ส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.1 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองกระบี่ มีบุคลากร/ลูกจ้าง ไม่เกิน 10 คน และส่วนใหญ่ประเภทที่ลูกค้าประกอบธุรกิจ เป็นประเภทอุปโภค-บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่าลูกค้าผู้ประกอบการได้รับการบริการจากธนาคารฯ ในระดับมากที่สุดในทุกๆ ด้าน แต่เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันของธนาคารพาณิชย์อย่างดุเดือด เพื่อเป็นการดึงดูดฐานลูกค้าจากธนาคารอื่นและสร้างฐานลูกค้าใหม่ ดังนั้นธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมเกี่ยวกับในเรื่องของการให้บริการที่รวดเร็ว ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และระบบธนาคารฯ เป็นต้น แนนอนว่าธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการลดกระบวนการทำงานที่ซ้ำซ้อนลงเพื่อความรวดเร็วในการทำงาน และพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัย น่าเชื่อถืออยู่เสมอ

การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกระบี่ พบว่าการประเมินหลังการบริโภค (ประเมินหลังการใช้บริการแล้ว) เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร ดังนั้นเมื่อลูกค้าได้รับการบริการจากธนาคาร ธนาคารฯ จึงควรรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพราะเมื่อลูกค้าใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจก็จะบอกต่อหรือแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการของธนาคาร

เอกสารอ้างอิง

การเงินการธนาคาร, 2562 สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2562 จาก

<https://www.moneyandbanking.co.th/new/27882/2/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99-kbank-%E0%B8%9B%E0%B8%B5-63-%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A-8-%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%87>

กรมสรรพากร, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
จาริณี แซ่ว่อง. (บธ.ม.). (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2562, จาก

http://oservice.skru.ac.th/ebook/lesson.asp?title_code=1034&type=2&no=2

จตุรภุช ศรีไว, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2562 จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/626645>

แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2562 จาก

[https://www.sme.go.th/upload/mod_download/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%20SME%20%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%204%20\(%E0%B8%9E.%E0%B8%A8.%202560-2564\).pdf](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%20SME%20%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%204%20(%E0%B8%9E.%E0%B8%A8.%202560-2564).pdf)

ไทยรัฐออนไลน์, 2555 สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2562 จาก

<https://www.thairath.co.th/content/304439>

Maneerat Saeniang สืบค้นเมื่อวันที่ พุทธศักราช 2562 จาก

<https://www.pymlo.com/th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/>

IM2 Market, 2017, คุณภาพหมายถึง สืบค้นเมื่อ 30 พุทธศักราช 2562 จาก

<https://www.im2market.com/2017/11/05/4642>

[NovaBizz](#), 2561 สืบค้นเมื่อ 30 พุทธศักราช 2562 จาก

<http://www.novabizz.net/credit.html>