

การศึกษาแนวทางแก้ไขวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง A Study of Guidelines for Amendments to the Cumulative Credit Approval Limit of the SMEs Business Credit Bureau 10 has a Tendency to Decrease

นภาพร วงคำศรี¹ ธฤตพน อุ้วสวัสดิ์²
E-mail: Som_lamai@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางแก้ไขวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ที่มีแนวโน้มลดลง ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ กับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 โดยมีจำนวน 155 คน เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ครอบคลุมตัวแปรที่ต้องการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด จากนั้นทำการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ผล เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ SMEs กับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ผลการศึกษาจากการทำแบบสอบถามพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการบริการ ซึ่งสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือเรื่องของการที่สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ง่าย แนวทางเลือกในการแก้ไขปัญหาประกอบด้วย 1) ธนาคารกำหนดแผนในการปฏิบัติงาน โดยให้ความสำคัญกับ SLA 2) จัดอบรมพัฒนาทักษะเกี่ยวกับสินเชื่อ SMEs และทักษะการปิดการขาย 3) มีการจัดอบรม Service Mind ครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขโดยใช้ทางเลือก คือ ให้ธนาคารกำหนดแผนในการปฏิบัติงานโดยให้ความสำคัญกับ SLA เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนและมีกำหนดที่ชัดเจนเกี่ยวกับระยะเวลา วิธีปฏิบัติงานอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของการทำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างมา

คำสำคัญ: สินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อธุรกิจ SMEs ธนาคารออมสิน

Abstract

A study of guidelines for amendments to the cumulative credit approval limit of the SMEs Business Credit Bureau 10 has a tendency to decrease. Have a purpose to study the guidelines for solving the problem of the cumulative credit limit of the SMEs Business Credit Bureau 10 that has a tendency to decrease. The researcher collected the data by survey method (Survey Method). The sample was business loan users. with the Government Savings Bank, the Business Credit Bureau for SMEs 10 customers with a total of 155 people. The research tool in this research was a questionnaire covering the variables to be studied using the marketing mix theory. Then collect data and analyze the results Compare the average of market factors affecting the decision to use SMEs business loans with the Government Savings Bank, The Office of Business Loan for SMEs customers 10. The results of the study from the questionnaire revealed that the marketing mix factors that have the most likely decrease in the cumulative credit approval limit of the SME Business Credit Bureau 10 are the matter of being able to contact and request the service comfortably. Alternative solutions to the problem include: 1) The Bank has established a plan for its operations with an emphasis on SLA. 2) Organizes training to develop skills related to SMEs credit and closing sales skills. 3) Service Mind training was held. This time, the researcher suggested an alternative solution, namely, the bank set up a plan for its operations with emphasis on SLA in order to reduce the redundant work processes and set the time limit. Be clear about the duration other work practices this is consistent with the study results of the questionnaire that the researcher collected samples.

Keywords: business loans, SMEs business loans, government savings bank

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเป็นมาของปัญหา

ในปี 2564 นี้ ความต้องการสินเชื่อของธุรกิจขนาดใหญ่มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากภาคธุรกิจได้มีการกลับมาระดมทุนผ่านตลาดตราสารหนี้อีกครั้ง ภายหลังจากที่ตลาดตราสารหนี้มีการฟื้นตัวและอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลมีการปรับตัวสูงขึ้น เมื่อรวมแนวโน้มความต้องการสินเชื่อของธุรกิจขนาดใหญ่ที่ลดลง ร่วมกับผลของความเสียหายทางเศรษฐกิจจากการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทำให้แนวโน้มความต้องการสินเชื่อของธุรกิจขนาดเล็กและบุคคลธรรมดาอยู่ในระดับต่ำเช่นกัน จึงทำให้ในภาพรวม สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยในปี 2564 มีแนวโน้มที่จะเติบโตต่ำกว่าปีที่แล้ว ที่ระดับ 2-3% โดยเบื้องต้นแล้ว ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นเดือนมี.ค.2564 แสดงให้เห็นการเติบโตของสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงไตรมาสที่ 1 ซึ่งได้มีการเติบโตเพียง 0.55% จากช่วงสิ้นปี 2563 สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางการสินเชื่อที่อยู่ในระดับต่ำ

รายได้ของธนาคารเกิดจากดอกเบี้ยการให้บริการสินเชื่อเป็นหลัก และเนื่องจากสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารออมสิน ทางธนาคารเริ่มมีหน่วยงานเข้ามาดูแลผลิตภัณฑ์นี้ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs แล้วอาจจะยังไม่มี的信心 แต่ก็มีลูกค้าบางส่วนที่ให้ความไว้วางใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs กับธนาคารออมสิน จากการเก็บข้อมูลวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ในปี พ.ศ.2561 -2563 เท่ากับ 881.84 ลบ.,2,051.94 ลบ. และ 1,566.96 ลบ. ตามลำดับ วงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมจากปี 2562 ถึง 2563 ลดลง 484.98 ลบ คิดเป็น 23.64% นั้นหมายความว่าส่งผลกระทบต่อรายได้ของธนาคารออมสินเช่นกัน ครั้งนี้จะนำข้อมูลวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลทำให้ยอดสินเชื่อสะสมมีแนวโน้มลดลง โดยข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจที่อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 (ประกอบด้วยกลุ่มที่ทำสัญญาและไม่ทำสัญญาในการใช้วงเงินกับธนาคาร)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทาง ในการแก้ไขปัญหาวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ที่มีแนวโน้มลดลง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้ศึกษาเลือกเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ในปี 2563 (ประกอบด้วยกลุ่มที่ทำสัญญาและไม่ทำสัญญาในการใช้วงเงินกับธนาคาร)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ประชากรคือลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ในปี 2563

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกมาตอบแบบสอบถามและจำนวนที่จะตอบแบบสอบถามคือลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ในปี 2563 (ประกอบด้วยกลุ่มที่ทำสัญญาและไม่ทำสัญญาในการใช้วงเงินกับธนาคาร) จำนวน 251 ราย ซึ่งเป็นข้อมูลจากรายงานสรุปยอดอนุมัติสินเชื่อของธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ในปี 2563 ใช้การคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane,1973:727-728) พบว่าจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 155 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการศึกษาแนวทางแก้ไขวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ของธนาคารออมสิน เป็นคำถามปลายปิด มีคำตอบแบบชนิดเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง เป็นคำถามปลายปิด มีคำตอบแบบชนิดเลือกตอบ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามสำหรับแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 และกลุ่มลูกค้าที่อยู่ระหว่างยื่นขอสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ

- แบบสอบถาม โดยออกไปเก็บแบบสอบถามลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 (ประกอบด้วยกลุ่มที่ทำสัญญาและไม่ทำสัญญาในการใช้วงเงินกับธนาคาร)

4.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ

รวบรวมข้อมูลวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 จากพนักงานธุรการสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาใช้วิธีการทางสถิติ นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาทำการคำนวณและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติดังนี้

สถิติพื้นฐาน 1) ค่าร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ย และ 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

โดยการตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ และนำผลมานำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิ และบรรยายสถิติเชิงพรรณนาดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ แล้วสรุปในรูปแบบตาราง โดยมีคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามได้แก่ ประเภทธุรกิจ, ระยะเวลาดำเนินงาน, ลักษณะธุรกิจ, วัตถุประสงค์ในการใช้บริการและความคาดหวังในการใช้บริการ จะใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

แบบสอบถามตอนที่ 2 สอบถามถึงส่วนประสมทางการตลาด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10

ธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง โดยจะใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง โดยนำเสนอในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยคะแนน ดังนี้

เฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง สาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงมากที่สุด

เฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง สาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงมาก

เฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง สาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงปานกลาง

เฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง สาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงน้อย

เฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง สาเหตุที่ทำให้วงเงินอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 3 นำข้อเสนอแนะอื่นๆ จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 มาสรุปหรือวิเคราะห์ในลักษณะการบรรยายเชิงพรรณนา



ผลการวิจัย

1. สาเหตุของปัญหา

ผลจากแบบสอบถามผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 (ทั้งที่ทำสัญญาและไม่ทำสัญญาใช้วงเงินกับธนาคาร) จำนวน 155 ราย พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับธุรกิจส่วนใหญ่ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ กับธนาคารออมสิน เป็นประเภทธุรกิจค้าส่ง/ค้าปลีก จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.06 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.65 ลักษณะของธุรกิจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.61 มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.19 ความคาดหวังในการใช้บริการคือสามารถเพิ่มสภาพคล่องในธุรกิจได้ จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.52

ในด้านปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงนั้น พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการบริการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับสำคัญเท่ากับ 4.13 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91

จากข้อมูลที่รวบรวมมานั้น โดยสรุปสาเหตุหลักที่มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง โดยวัดจากคะแนนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตอบแบบสอบถาม ที่ระดับความคิดเห็นอยู่ที่เห็นด้วยมาก ซึ่งมี 3 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านกระบวนการ $\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.91 (โดยสาเหตุหลักคือข้อสามารถติดต่อขอใช้บริการได้ง่าย), 2) ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม $\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.32 (โดยสาเหตุหลักคือข้อมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัยใช้งานง่าย) และ 3) ปัจจัยทางด้านพนักงาน $\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.76 (โดยสาเหตุหลักคือข้อ พนักงานมีความเป็นมิตร มีใจรักการบริการ)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงของกลุ่มตัวอย่าง ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ	4.12	3.2	เห็นด้วยมาก
ความถูกต้องแม่นยำ ในการคำนวณอัตราดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม	4.06	0.23	เห็นด้วยมาก
ความสะดวกรวดเร็วในการได้รับบริการ	4.06	0.25	เห็นด้วยมาก
มีขั้นตอนในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อที่เหมาะสม ไม่มีการซ้ำซ้อนในการทำงาน	4.06	0.25	เห็นด้วยมาก
สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ง่าย	4.34	0.73	เห็นด้วยมาก
ระเบียบ หรือขั้นตอนมีความยืดหยุ่นอย่างเหมาะสม	4.19	1.00	เห็นด้วยมาก
ความไว้วางใจได้ (Reliability) เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในกระบวนการให้บริการ	4.09	0.70	เห็นด้วยมาก
Total	4.13	0.91	เห็นด้วยมาก

2. แนวทางการเลือกแก้ไขปัญหา

จุดแข็ง – ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป มีการกำหนดวงเงินและระยะเวลาในการชำระคืนเงินที่เหมาะสม อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จำนวนศูนย์ฯหรือสาขาที่ให้บริการมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลธนาคารหรือผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีความเหมาะสมแล้ว

จุดอ่อน – พนักงานยังขาดทักษะเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อธุรกิจเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากฐานลูกค้าของธนาคารออมสินส่วนใหญ่คือ บุคคลทั่วไปธนาคารออมสินให้ความสำคัญในเรื่องของด้านกระบวนการบริการ ในการติดต่อขอใช้บริการยังไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้ามากนัก ต้องมีความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ง่าย มีความถูกต้องในการคำนวณอัตราดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม เป็นต้น

โอกาส – เนื่องจากธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่รัฐบาลเป็นประกัน ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป สามารถต่อยอดวงเงินของลูกค้าและขยายฐานลูกค้าได้ตามความเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

อุปสรรค – ปัจจุบันสินเชื่อ SMEs เป็นสินเชื่อที่มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จึงส่งผลให้ทุกธนาคารมีแข่งขันกันสูงเพื่อครองส่วนแบ่งการตลาดและความเป็นผู้นำด้านสินเชื่อธุรกิจ โดยผลิตภัณฑ์สินเชื่อธุรกิจของธนาคารในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมากขึ้น

เนื่องจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อธุรกิจที่มีความหลากหลายและอัตราดอกเบี้ยที่ถูก และกระบวนการในการให้บริการมีความรวดเร็วกว่าธนาคารออมสินเป็นอย่างมาก

2.1 ธนาคารกำหนดแผนในการปฏิบัติงานโดยให้ความสำคัญกับ SLA

SLA (Service Level Agreement) เป็นข้อตกลงระดับการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า SLA ประกอบด้วย หน้าที่และข้อกำหนดของการบริการ ระยะเวลาในการให้บริการ การยกเลิกข้อตกลง เพื่อให้มั่นใจว่าทั้งสองฝ่ายจะได้รับการปฏิบัติตามข้อตกลงอย่างสม่ำเสมอ ธนาคารได้มีการกำหนด SLA ของการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจใหม่ เกิดความมั่นใจในกระบวนการว่าเป็นไปอย่างถูกต้อง ลดความล่าช้าในการดำเนินการ

2.2 จัดอบรมพัฒนาทักษะเกี่ยวกับสินเชื่อ SMEs และทักษะการปิดการขาย

การจัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับสินเชื่อ SMEs และทักษะการปิดการขาย โดยอาจแบ่งตามหน้าที่ลักษณะงานดังนี้ พนักงานศูนย์ฯ และพนักงานเขต ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สินเชื่อของธุรกิจ ควรมีการจัดการอบรมเทคนิคการวิเคราะห์สินเชื่อขนาดกลาง และขนาดย่อม เกี่ยวกับการวิเคราะห์ห้วงการเงิน โดยใช้อัตราส่วนที่เหมาะสม มีความจำเป็นต่อการวิเคราะห์สินเชื่อช่วยให้การวิเคราะห์งานสินเชื่อมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน ส่วนในด้านพนักงานสาขาควรมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสินเชื่อธุรกิจ ในด้านผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ของสินเชื่อธุรกิจ SMEs การรับเอกสารเบื้องต้นจากลูกค้า เป็นต้น

2.3 มีการจัดอบรม Service Mind

หัวใจสำคัญของงานบริการคือ การบริการด้วยใจ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้าใช้บริการเกิดความประทับใจมากที่สุด การจัดอบรม Service Mind จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ธนาคารต้องมีเช่นกัน เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับการบริการ และให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธนาคาร ลดการร้องเรียน ทำให้บรรยากาศในการทำงานไม่ตึงเครียด ตลอดจนทำให้ลูกค้าคลายกังวลเมื่อมาใช้บริการ เป็นต้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้อย่างง่าย ต้องการความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ เพราะจะได้ตัดสินใจได้ว่าเลือกใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคารออมสินหรือไม่ เนื่องจากสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 ดูแลวงเงินสินเชื่อ 20 ล้านบาทขึ้นไป

หากต้องการที่จะแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ ต้องมั่นใจว่ามีสิ่งจูงใจพอที่จะดึงดูดลูกค้าได้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านพนักงานบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าคะแนนความสำคัญของการที่พนักงานมีความเป็นมิตร มีใจรักการบริการมากที่สุด เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นต้องการการบริการที่เหนือความคาดหมาย แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี หากได้รับการเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ธนาคาร มีความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและบอกต่อ ทำให้ธนาคารมียอดสินเชื่อเพิ่มมากขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฤทธิไกร บรรเทาทุกข์ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ กรณีศึกษาบริษัท ซีเรียล แพคคอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จากการทดสอบความสัมพันธภาพที่เมื่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า มีตัวแปร ทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ และผลการศึกษาของ รงค์ ประสานศักดิ์ และ อริสรา เสยานนท์ (2561) ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง แนวทางการเพิ่ม ยอดสินเชื่อโครงการสินเชื่อนวัตกรรมการเกษตรกรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สาเหตุที่ไม่สามารถเพิ่มผู้เข้าร่วม โครงการ

มีดังต่อไปนี้สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่ค่อยเอื้ออำนวยต่อการลงทุน ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ปัจจัยภายในธนาคาร อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารกำหนดสูงเกินไป ไม่คุ้มกับการกู้เงินไปลงทุน การประเมินราคาหลักประกันที่ใช้กู้เงินต่างเกินไป กระบวนการพิจารณาสินเชื่อล่าช้า พนักงานไม่สามารถอธิบายให้เข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ส่งผลให้ไม่มีข้อมูลนำไปตัดสินใจเพื่อใช้บริการจากธนาคาร จึงเป็นสาเหตุให้ลูกค้าเข้าร่วมโครงการน้อยกว่าเป้าหมาย หากธนาคารมีการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ กระบวนการสินเชื่อ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพพนักงานจะส่งผลให้ธนาคารมีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้คือส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 4) ด้านการจัดจำหน่าย

(Place) 5) ด้านพนักงานบริการ (Employee) 6) ด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence) และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ มีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงมากที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.91) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อจะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ง่าย ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.73) การให้บริการที่เข้าถึงง่าย ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้ ฉะนั้นธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับกระบวนการบริการ เช่น เพิ่มความรวดเร็ว สะดวกสบายให้ลูกค้าผู้มารับบริการ เพื่อลดปัญหาวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง ได้อย่างตรงจุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขโดยใช้ทางเลือก คือ ธนาคารกำหนดแผนในการปฏิบัติงานโดยให้ความสำคัญกับ SLA เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนและมีกำหนดที่ชัดเจนเกี่ยวกับระยะเวลา วิถีปฏิบัติงานอื่นๆ เนื่องจากปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดคือปัจจัยด้านกระบวนการบริการ หากมีการให้ความสำคัญในด้านกระบวนการบริการมากขึ้นจะช่วยลดปัญหาวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลงได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลกระทบต่อวงเงินอนุมัติสินเชื่อสะสมของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 มีแนวโน้มลดลง ควรมีการศึกษาปัจจัยทางการตลาดว่ามีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ SMEs ของทางธนาคารออมสินด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสินต่อไป

2. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 10 เท่านั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ SMEs กับธนาคารออมสินสำนักอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นและสามารถมีแนวทางในการเข้าถึงลูกค้าต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- แนวโน้มระบบ “ธนาคารไทย” ภายใต้สถานการณ์โควิด-19, กรุงเทพฯธุรกิจ เข้าถึงจาก: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/936747>
- พงษ์เทพ. (2546). การบริการ. เข้าถึงจาก : <https://www.gotoknow.org/posts/492001>
- ไพโรพนา. (2544). การบริการ. เข้าถึงจาก : <https://www.gotoknow.org/posts/492001>
- ภาสกร ทิพชา. 20 กุมภาพันธ์ 2560. ส่วนประสมทางการตลาด. เข้าถึงจาก: <http://passakorn2326.blogspot.com>
- โยธิน แสงวงดี. ประชากรการคำนวณขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง. เข้าถึงจาก: <http://www.spu.ac.th/research/files/2015/03/10.ประชากร-การคำนวณขนาดตัวอย่าง-และวิธีการสุ่ม.pdf>
- รงค์ ประสานศักดิ์ และ อริสรา เสยานนท์. (2561). แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อนวัตกรรมกรรมการเกษตรกรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ฤทธิไกร บรรเทาทุกข์. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริการ สินเชื่อธุรกิจ กรณีศึกษาบริษัท ซีเรียล แพคตอริง (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สุพรรณิการ์ เพชรอำไพ. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้สินเชื่อธุรกิจ SMEs ของธนาคารออมสิน. บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- อัญชลี อัครชาญชยา และ ฐานิตา พ้องฤกษ์. (2562). แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.