

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ” มีลักษณะการศึกษเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ และศึกษาปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ผลของศึกษาวิจัยปรากฏตามหัวข้อสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.00 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 56.25 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.00 และดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท ร้อยละ 43.75 มากกว่าด้านอื่น ๆ

##### 2. ลักษณะธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ธุรกิจที่เลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภท รับเหมาก่อสร้างทั่วไป ร้อยละ 22.50 จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 63.75 เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท ร้อยละ 51.25 มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 21 ปีขึ้นไป ร้อยละ 41.25 มียอดขายต่อปีตามงบสรรพากรปี 2543 ระหว่าง 100-200 ล้านบาท ร้อยละ 48.75 ส่วนใหญ่ไม่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวต่างชาติ ร้อยละ 90.00 ธุรกิจมีการใช้สินเชื่อด้านเงินเบิกเกินบัญชีเป็นส่วนมาก ร้อยละ 93.75 และส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 50.00 มากกว่าด้านอื่น ๆ

### 3. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยด้านอื่น ๆ

#### ปรากฏผลดังนี้

#### 3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้ามากเป็นลำดับแรก

#### 3.2 ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย มากที่สุด โดยเฉพาะ อัตราดอกเบี้ย MLR ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นลำดับแรก

#### 3.3 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางมากเป็นลำดับแรก

#### 3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน มากเป็นลำดับแรก

#### 3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้า บริษัทและปัจจัยด้านการตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา มากเป็นลำดับแรกเท่ากัน

#### 3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบุคคล ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการที่รวดเร็วมากที่สุดเป็นลำดับแรก

### 3.7 ปัจจัยด้านอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูงมากเป็นลำดับแรก

### 4. ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้สินเชื่อบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัญหาที่พบโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆมากเป็นลำดับแรก

## อภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ใช้แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ในการศึกษาพบว่า

### สิ่งกระตุ้นทางการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้กับลูกค้ามีผลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา พบว่า อัตราดอกเบี้ย MLR มีผลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ปัจจัยด้านธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศมีผลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศครบถ้วนมีผลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงานฝ่ายสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทมีผลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านขบวนการ พบว่า การให้บริการที่รวดเร็วมีผลมากเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านอื่น ๆ พบว่า ความมั่นคงของธนาคารมีผลมากเป็นอันดับแรก

### การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer Response)

ส่วนใหญ่ธุรกิจเลือกใช้สินเชื่อด้านเบิกเกินบัญชีมากกว่าสินเชื่ออื่น ๆ

### ด้านผลความคิดเห็นจากการศึกษา

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อมมีความสำคัญในระดับมาก เพราะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ลูกค้าจึงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ของลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งธุรกิจรายใหญ่ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้มีความหลากหลาย ธุรกิจแต่ละประเภทจะมีความต้องการใช้ประเภทของสินเชื่อและจำนวนเงินที่แตกต่างกันออกไป แม้แต่ละธุรกิจจะคำนึงถึงเฉพาะสินเชื่อหลักที่ประเภทธุรกิจคนเลือกใช้เท่านั้น แต่ก็เห็นความสำคัญของการมีสิน

เชื้อหลากหลายให้เลิกและจำนวนวงเงินสินเชื่อ เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต ซึ่งอาจต้องใช้รูปแบบสินเชื่อที่แตกต่างจากเดิม ส่วนปัจจัยย่อยเรื่อง มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ ธุรกิจขนาดใหญ่ที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ในวงเงินจำนวนมาก ย่อมต้องการความถูกต้องและรวดเร็วทันต่อความต้องการและลดความผิดพลาดให้มากที่สุด ดังนั้นการที่ธนาคารนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อให้เกิดความถูกต้อง และรวดเร็วในการทำงาน จึงมีความสำคัญในระดับมาก

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้น ปัจจัยด้านราคาเรื่อง อัตราดอกเบี้ย MOR อัตราดอกเบี้ย MLR อัตราดอกเบี้ย MRR มีความสำคัญในระดับมากที่สุด เพราะ อัตราดอกเบี้ยจ่ายของลูกค้ารายใหญ่ที่เกิดจากการใช้สินเชื่อธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย MOR MLR และ MRR และดอกเบี้ยจ่ายถือเป็นต้นทุนหลักของลูกค้าที่จะต้องคำนึงถึง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด สำหรับธุรกิจให้บริการของ Philip Kotler ที่ได้แนะนำในการกำหนดราคา(Price) ว่า การกำหนดราคาควรเหมาะสมกับระดับของสินค้าและการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับของสินค้าและบริการที่แตกต่างกันด้วย

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการส่วนใหญ่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการเรื่อง ธนาคารมีเครือข่ายทั่วประเทศ เพราะลูกค้ามีความต้องการความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารในกรณีที่เดินทางไปยังจังหวัดอื่นๆ หรือการชำระเงิน โอนเงิน ระหว่างลูกค้า กับ คู่ค้า ซึ่งตามแนวคิดทางการตลาด สำหรับธุรกิจให้บริการของ Philip Kotler กล่าวถึง สถานที่ให้บริการ(Place) ว่า ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ติดต่อ ซึ่งตรงกับผลจากการศึกษาในเรื่องนี้อย่างมาก

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยย่อย มีความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน มีความสำคัญต่อลูกค้ารายใหญ่มาก เพราะเป็นส่วนที่ใช้ตัดสินใจทางธุรกิจ เช่น แนวโน้มของอัตราดอกเบี้ย แนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยน ภาวะของอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นต้น

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลากรเรื่อง การให้บริการสม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงาน ฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท กับการตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของ

พนักงานสาขา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกเท่ากัน เพราะพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทมีหน้าที่หลักในการติดต่อโดยตรงกับลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ลูกค้าจึงต้องการได้รับบริการที่สม่ำเสมอและถูกต้อง ส่วนการเดินบัญชี การโอนเงิน และรายการอื่นๆ ยังต้องใช้บริการที่สาขา ลูกค้าจึงต้องการการตอบสนอง การแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงานสาขาคด้วย

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการส่วนใหญ่มีความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านกระบวนการเรื่อง การให้บริการที่รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด จะเห็นได้ว่าปัจจัยย่อยเรื่องนี้มีความสอดคล้องกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน เพราะธุรกิจขนาดใหญ่ ลูกค้ามีความต้องการใช้สินเชื่อธุรกิจมาก ซึ่งต้องการได้วงเงินสินเชื่อที่ถูกต้อง และรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อการดำเนินงาน จึงเห็นว่า การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้จะช่วยให้บริการเกิดความถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอื่น ๆ พบว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ ทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ในด้านความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจากหลังวิกฤติการณ์ทางการเงิน เมื่อกลางปี 2540 ธนาคารพาณิชย์ต่างพบกับปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และการลดลงของมูลค่าหลักประกัน ทำให้ไม่สามารถแบกรับภาระการตั้งสำรอง หลายธนาคารที่รัฐบาลต้องเข้าช่วยภายใต้กองทุนฟื้นฟูฯ หลายธนาคารต้องควบรวมกับธนาคารต่างชาติ หลายธนาคารต้องเพิ่มทุนจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญในความมั่นคงของธนาคารมากเป็นลำดับแรก

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ” มีข้อค้นพบ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 30 ปี ไปจนถึงมากกว่า 60 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จนถึงปริญญาเอก มีตำแหน่งหน้าที่ตั้งแต่ประธานบริษัท จนถึงผู้ช่วยสมุหบัญชี

ลักษณะของธุรกิจที่ใช้บริการ มีทุกประเภทธุรกิจ โดยธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ธุรกิจอาหารแช่แข็ง ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจไม้แปรรูป ธุรกิจเครื่องหนัง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภค ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าส่งโรงงานไฟฟ้า ธุรกิจค้าปลีก-ส่งสุรา ธุรกิจผลิตไฟแช็ค และธุรกิจจำหน่ายยางรถยนต์ ใช้บริการน้อย

ธุรกิจทุกประเภทมีการจดทะเบียนก่อตั้ง โดยจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญ ก่อนข้างน้อย เพียงอย่างละ 2 ราย

ยอดขายต่อปี ตามงบสรรพากร ปี 2543 ตั้งแต่ 201 ล้านบาท ขึ้นไปมีเพียง 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25

ยอดขายต่อปีตามงบสรรพากร ปี 2543 ต่ำกว่า 100 ล้านบาท มี 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ซึ่งธุรกิจเหล่านี้เคยมียอดขายตามงบสรรพากรปี 2541 ตั้งแต่ 100 ล้านบาทขึ้นไป แสดงให้เห็นว่า หลังเกิดวิกฤติปี 2540 ทำให้ลูกค้ารายใหญ่มียอดขายตกลงต่ำกว่า 100 ล้านบาท ถึงร้อยละ 25.00

สินเชื่อที่ลูกค้าใช้บริการน้อย คือสินเชื่อประเภทรับรองตัว และสินเชื่อประเภทหนังสือรับรองเครดิต โดยมีลูกค้าใช้บริการประเภทละ 8 ราย

ธุรกิจของลูกค้ารายใหญ่ อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ถึง 40 ราย

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในการใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ
- ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้แพงกว่าธนาคารอื่นๆ
- ขอเอกสารเพื่อใช้ประกอบในการขออนุมัติสินเชื่อมาก
- อนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีขั้นตอนมาก
- อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามที่ต้องการ
- พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ
- พนักงานไม่เห็นความสำคัญของลูกค้า
- ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานสาขา
- สับสนในการติดต่อกับธนาคาร ไม่แน่ใจว่าจะติดต่อผ่านสาขา หรือติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท เมื่อต้องการใช้สินเชื่อ
- ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท
- ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์แพงกว่าธนาคารอื่น
- พนักงานไม่สุภาพ

- ข้อมูลข่าวสารล้ำสมัย
- ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร
- สถานที่จอดรถรถกับแคบ ไม่เพียงพอ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University



ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านอื่นๆ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งต่างกัน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยและปัญหาที่เป็นลำดับแรก ต่างกัน ดังนี้

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัยย่อยที่ให้ควมสำคัญเป็นลำดับแรก				
	ประเภทบริษัท	กรรมการบริษัท	หุ้นส่วนผู้จัดการ	ผ.อ./ ผ.จก. ฝ่ายบัญชี / การเงิน	อื่นๆ
ด้านผลิตภัณฑ์	- วงเงินสินเชื่อที่ธนาคาร ให้แก่ลูกค้า	- วงเงินสินเชื่อที่ธนาคาร ให้แก่ลูกค้า	- การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	- วงเงินสินเชื่อที่ธนาคาร ให้แก่ลูกค้า	- ความหลากหลายของการให้บริการและ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า - การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้
ด้านราคา	- อัตราดอกเบี้ย MOR - อัตราดอกเบี้ย MLR - อัตราดอกเบี้ย MRR	- อัตราดอกเบี้ย MLR	- อัตราดอกเบี้ย MLR	- อัตราดอกเบี้ย MLR	- อัตราดอกเบี้ย MOR - อัตราดอกเบี้ย MLR - อัตราดอกเบี้ย MRR
ด้านสถานที่ให้บริการ	- ธนาคารมีเครือข่ายกว้าง ขวางทั่วประเทศ	- ธนาคารมีเครือข่ายกว้าง ขวางทั่วประเทศ	- ธนาคารมีเครือข่ายกว้าง ขวางทั่วประเทศ	- ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง	- ความกว้างขวาง สะอาดและทันสมัย ของธนาคาร - ธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ
ด้านควรส่งเสริมการตลาด	- ข้อมูลสารสนเทศ ครบถ้วน	- ข้อมูลสารสนเทศ ครบถ้วน	- ข้อมูลสารสนเทศ ครบถ้วน	- ข้อมูลสารสนเทศ ครบถ้วน	- ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน

ปัจจัยย่อยที่ทำให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก					
ปัจจัย/ปัญหา	ประธานบริษัท	กรรมการบริษัท	หุ้นส่วนผู้จัดการ	ผ.อ./ ผงก. ฝ่ายบัญชี / การเงิน	อื่นๆ
ด้านบุคลากร	- การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา	- การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา	- การให้บริการที่สม่ำเสมอ และถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ของลูกค้า บริษัท - การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา	- การตอบสนอง แก้ไข ปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา	- ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา - ความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา - ความน่าเชื่อถือของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ของลูกค้าบริษัท
ด้านกระบวนการ	- การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	- การให้บริการที่รวดเร็ว	- การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	- การให้บริการที่รวดเร็ว - การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด	- การให้บริการที่รวดเร็ว - การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด
ด้านอื่นๆ	- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง	- การเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจ
ปัญหาที่พบ	- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ - ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้ต่ำกว่าธนาคารอื่นๆ	- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ	- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ	- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ	- อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามที่ต้องการ - อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านอื่นๆ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในการเลือกใช้สินค้าหรือธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่จดทะเบียนต่างกัน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยุทธปัจจัยและปัญหาเป็นลำดับแรก ต่างกัน ดังนี้

ปัจจัย/ปัญหา	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก			
	บริษัทมหาชน จำกัด	บริษัท จำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	ห้างหุ้นส่วนสามัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	-ทุกปัจจัยย่อย	-วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า	- การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	- การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้
ด้านราคา	-ทุกปัจจัยย่อย	-ค่าธรรมเนียมประเมินราคา หลักทรัพย์	- อัตราดอกเบี้ย MLR	- อัตราดอกเบี้ย MOR - อัตราดอกเบี้ย MLR - อัตราดอกเบี้ย MRR - ค่าธรรมเนียมประเมินราคา หลักทรัพย์ - ค่าธรรมเนียมหนังสือคำประกัน
ด้านสถานที่ให้บริการ	-ทุกปัจจัยย่อย	- ธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ	- ธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ	- ความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของธนาคาร
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน - ข้อมูลสารสนเทศทันสมัย	- ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	- ข้อมูลสารสนเทศครบถ้วน	- ทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก				
ปัจจัยปัญหา	บริษัทยุทธศาสตร์	บริษัท จำกัด	บริษัท จำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ด้านบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวก ในด้านเวลา สถานที่ของพนักงานสาขา</li> <li>- การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่ายของพนักงานสาขา</li> <li>- ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงานสาขา</li> <li>- การตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดีของพนักงานสาขา</li> <li>- ความน่าเชื่อถือของพนักงานสาขา</li> <li>- การให้บริการที่สม่ำเสมอ และถูกต้องของพนักงานสาขา</li> <li>- การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขา</li> </ul>
ด้านกระบวนการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้บริการที่รวดเร็ว</li> <li>- การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้บริการที่รวดเร็ว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้บริการที่รวดเร็ว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย</li> </ul>
ด้านอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทยและเป็นที่ภาคภูมิใจ</li> </ul>

ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก				
ปัจจัย/ปัญหา	บริษัทมหาชน จำกัด	บริษัท จำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	ห้างหุ้นส่วนสามัญ
ปัญหาที่พบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ</li> <li>- ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่นๆ</li> <li>- ค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์แพงกว่าธนาคารอื่นๆ</li> <li>- พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ความรู้ความชำนาญ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขอเอกสารเพื่อใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อมาก</li> <li>- อนุมัติสินเชื่อล่าช้า มีขั้นตอนมาก</li> <li>- อนุมัติสินเชื่อไม่ตรงตามที่ต้องการ</li> <li>- อัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ</li> <li>- พนักงานมักปฏิบัติงานผิดพลาด ขาดความรู้ความชำนาญ</li> </ul>

## ข้อเสนอแนะ

จากการที่ธุรกิจของลูกค้ายรายใหญ่ ที่ใช้สินเชื่ธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ถึง 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00

แสดงว่าพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ดังนั้นธนาคารจึงควรตั้งศูนย์ ความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท ขึ้นในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ (ปัจจุบันศูนย์ฯ อยู่ที่อาคารสำนักงาน พหลโยธิน กรุงเทพฯ) เพื่อให้สามารถบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว และทั่วถึง กับทั้งยังสะดวกต่อการชักชวนลูกค้ายรายใหม่ให้มาใช้บริการสินเชื่ธุรกิจของธนาคาร

### ด้านอัตราดอกเบี้ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญด้านปัญหาอัตราดอกเบี้ยแพงกว่า ธนาคารอื่นๆ เป็นลำดับแรก ดังนั้นธนาคารต้องหาวิธีการจัดการที่ดี เพื่อให้ค่าใช้จ่ายในการบริหาร งานต่ำ แม้การลงทุนทางด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็น แต่ต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมและสอดคล้อง กับวัฒนธรรมไทย การรับเอาเทคโนโลยีต่างชาติมาทั้งหมด บางครั้งลูกค้าไม่สามารถปรับตัวได้ทำ ให้เป็นการลงทุนที่สูญเปล่า หรือมากเกินไปจนเกินไป สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนในการ ปล่อยสินเชื่ สูงกว่าคู่แข่ง อาจทำให้ลูกค้าที่ดี มีคุณภาพ หันไปใช้บริการของคู่แข่งได้

ผลจากการศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้บริการสินเชื่ธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ายรายใหญ่ในเขตภาคเหนือ

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาในการใช้บริการสินเชื่ธุรกิจ ส่วน ใหญ่เห็นว่า ปัญหาที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะ ปัญหาเรื่อง อัตราดอกเบี้ยแพงกว่า ธนาคารอื่น เพราะ ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจไทยเกิดการตกต่ำลงอย่างมาก การลงทุนดำเนินธุรกิจ ของนักลงทุนรายใหญ่เกิดขึ้นน้อย ลูกค้ายรายเก่าส่วนใหญ่ไม่กล้าก่อหนี้ หรือลงทุนเพิ่ม แต่จะหัน มาปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น พร้อมกับต่อรองเจรจาให้ธนาคารลดดอกเบี้ย ลง เพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดได้ ธุรกิจธนาคารเมื่อเกิดปัญหานี้ NPL เพิ่มมากขึ้น ภาวะต้นทุนในการดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้น และการที่มีกลุ่มลูกค้าที่ลดต่ำลงนั้น เพื่อให้ ธนาคารสามารถอยู่รอดได้เช่นกัน ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาในการแข่งขัน กันมากขึ้น โดยการลดต้นทุนในการดำเนินกิจการที่ไม่จำเป็นลง เพื่อที่ธนาคารสามารถลดอัตรา ดอกเบี้ยสินเชื่ธุรกิจให้ลูกค้าลงได้ ส่วนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการของธนาคารกสิกรไทย

จำกัด(มหาชน) มุ่งเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว โดยการมุ่งพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธนาคารมีต้นทุนในการพัฒนาสูง มีการคิดต้นทุนของแต่ละผลิตภัณฑ์ ให้สัมพันธ์กับผลตอบแทนและความเสี่ยงของลูกค้าแต่ละราย ทำให้บางครั้ง ธนาคารไม่สามารถปรับลดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อธุรกิจได้มากกว่าธนาคารอื่น ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า ธนาคารคิดอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น

#### ด้านเอกสารที่ใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อและการอนุมัติสินเชื่อ

ธนาคารต้องมีนโยบายด้านสินเชื่อที่ชัดเจนและโปร่งใส มีการพัฒนาบุคลากรจนมีความรู้ความชำนาญ ควบคู่กับระบบการทำงานที่ได้มาตรฐาน การขอเอกสารจากธุรกิจเพื่อใช้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อ ต้องเหมาะสม ไม่ขอมามากเกินความจำเป็น ไม่ขอซ้ำซ้อน ขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อควรกระชับ พนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทควรตอบลูกค้าได้ ว่าสินเชื่อจะได้รับการอนุมัติหรือไม่อนุมัติภายในกี่วัน

#### ด้านการปฏิบัติงานและการวางตัวของพนักงาน

ธนาคารจะต้องฝึกฝนพนักงานให้มีความชำนาญ มีความรู้ ความสามารถในการทำงาน เพื่อที่จะปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องและแม่นยำ สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ ธนาคารจะต้องอบรมให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

#### ด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร

ธนาคารต้องชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจถึง ภาระหน้าที่ของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้า บริษัท และการปฏิบัติงานของพนักงานสาขาอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน โดยต้องให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยตลอดเวลา ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับพนักงานที่ต้องการได้โดยตรง และสะดวก เมื่อมีการโอนเปลี่ยนผู้ดูแลลูกค้า ควรมีหนังสือแนะนำตัวผู้ดูแลลูกค้าคนใหม่อย่างเป็นทางการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี

สำหรับปัญหาเรื่อง สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ และปัญหาเรื่องการไม่ได้รับข้อมูล

ข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีความสำคัญในระดับน้อย เพราะในการเปิดสาขาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จะคำนึงถึงเรื่องการจัดสถานที่ให้ลูกค้าจอดรถได้เพียงพอ กอปรกับการที่ธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศและมีการให้บริการผ่านสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้บางครั้งลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาทำธุรกรรมที่ธนาคารโดยตรง ปัญหา

ด้านสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ จึงมีความสำคัญน้อย ส่วนปัญหาเรื่อง การไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความสำคัญในระดับน้อย ส่วนหนึ่งเกิดจาก ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ได้จัดตั้งฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าโดยตรงขึ้น มีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ลูกค้าโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเป็นข้อมูลใหม่ การให้คำปรึกษา คำแนะนำ นอกจากนี้ธนาคารยังให้พนักงานสาขาให้ข้อมูลแก่ลูกค้าระหว่างรับบริการที่ธนาคารโดยตรงด้วย และสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ที่ลูกค้ามีความต้องการวงเงินสินเชื่อธุรกิจจำนวนมาก ลูกค้าจะมีพฤติกรรมการติดตามความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของธนาคารด้วยตนเองเป็นหลัก เป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ ทางด้านข้อมูลข่าวสาร ปัญหาด้านไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร จึงมีความสำคัญน้อย

นอกจากนี้ ควรสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยอาศัยคุณภาพ บริการ และคุณค่า ผู้ให้บริการจะต้องสร้างคุณค่าที่มอบให้แก่ลูกค้า (Total Customer Delivered Value) ให้สูงกว่าคู่แข่งให้ได้ โดยต้องสร้างคุณค่ารวมในสายตาของลูกค้า (Total Customer Value) จากการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าต่อสายตาลูกค้า จากความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์เอง การบริการที่แตกต่าง บุคลากรที่มีความสามารถ และมีความชำนาญ รวมทั้งทางด้านภาพลักษณ์ของบริษัทที่ด้อยกว่าคู่แข่ง ในขณะเดียวกันต้องลดต้นทุนรวมของลูกค้า (Total Customer Cost) ซึ่งเกิดจาก ต้นทุนในรูปแบบของตัวเงินเช่นค่าธรรมเนียมที่ควรปรับปรุงได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการจัดการ ค่าธรรมเนียมในการประเมินหลักทรัพย์ที่สูงกว่าธนาคารอื่น ๆ ค่าเช่าส่วนลดบริการต่าง ๆ ต้นทุนในด้านเวลาในการติดต่อกับบริษัทในการใช้บริการต่าง ๆ ต้นทุนในด้านพลังงาน และต้นทุนด้านจิตวิทยา เช่น การขออนุมัติสินเชื่อมีขั้นตอนมาก ขอเอกสารยาก ไม่ได้รับข่าวสาร ไม่ตรงตามที่ต้องการ สับสนในการติดต่อ ควรแก้ไขเป็นลำดับแรก

สำหรับผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งได้ ดังนี้คือ

1. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ โดยเฉพาะด้านความถูกต้อง ความสุภาพ มารยาทในการต้อนรับ
2. ต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น