

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นายพิพัฒน์ เรืองสวัสดิ์

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิพร กุญชรวิเศษกุล ประธานกรรมการ  
อาจารย์ ดร. รวี ลงกานี กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 174 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 30 - 39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 - 45,000 บาท โดยอยู่ในประเภทธุรกิจค้าและสิ่งทอและมีทุนจดทะเบียนของกิจการตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

**Independent Study Title** Service Marketing Mix Factors Affecting the Decision of Customers on Using Export Loan Services of Bangkok Bank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province.

**Author** Mr. Phiphat Ruangsawad

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistance Prof. Dr. Raviporn Koocharearnpaisan Chairman

Lecturer Dr. Ravi Ionkani Member

### ABSTRACT

This independent study intended to explore service marketing mix factors affecting the decision of customers on using export loan services of Bangkok Bank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province and to study customer's problems on using the export loan services. The data were collected by inquiring 174 customers of the export loan services. The data were then analyzed in terms of frequency, percentage, and mean.

The results of the study were that most of the respondents were male aged between 30-39 years, holding Bachelor Degrees and positioning in owner business. Their income per month ranged from 30,001-45,000 baht. The majority of business type was clothing & textiles and authorized capital ranged from 1,000,001-5,000,000 baht.

Regarding the study of factors of service marketing mix affecting the decisions on using the export loan services, it was found that the respondents regarded several factors including people and process, price, product, , physical evidence and presentation, promotion and place as a high importance level respectively.

In product factor, the highest average importance level of sub-factor was famous, stability and image. In price factor, the highest average importance level sub-factor was interest rate. In place factor, the highest average importance level sub-factor was adequacy or convenient of parking lot. In promotion factor, the highest average importance level sub-factor was information at bank. In people factor, the highest average importance level sub-factor was human relation of officers. In process factor, the highest average importance level sub-factor was convenient of contact. In physical evidence and presentation factor, the highest average importance level sub-factor was office equipments.

The findings of problems in using the export loan services of Bangkok Bank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province showed that the problems most frequently found by the customer were as follows: Product factor, the problem was none or inadequacy of special offers with export loan. For price factor, the problem was high interest rate. For place factor, the problem was inadequacy or inconvenient of parking lot. For promotion factor, the problem was inadequacy of outside public relation. For people factor, the problem was the lack of service knowledge. For process factor, the problem was the time of loan approval. For physical evidence and presentation factor, the problem was inadequacy of customer's comfortable equipments.