

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการสินเชื่อ Micro Loan ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ใน
จังหวัดนครปฐม

ผู้เขียน

นายชูชาติ สุขเสวต

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานกรรมการ
อาจารย์ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ Micro Loan ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดนครปฐม จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 300 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40-49 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นเจ้าของกิจการ ประกอบกิจการประเภทการพาณิชย์(ค้าส่ง/ค้าปลีก) โดยมีระยะเวลาประกอบกิจการ 4-5 ปี ในลักษณะบุคคลธรรมดา กิจการมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ 1-3 ล้านบาท พนักงานในกิจการไม่เกิน 3 คน ยอดขายเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 5 ล้านบาท ส่วนใหญ่มีสถานประกอบการอยู่ในอำเภอสามพราน ประเภทสินเชื่อที่ใช้คือ กู้เบิกเงินเกินบัญชี ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าสินเชื่อ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย 2-5 ปี มีวงเงินสินเชื่อรวม 0.51-1.00 ล้านบาท วัตถุประสงค์ในการใช้สินเชื่อ เพื่อนำไปใช้ลงทุนหมุนเวียนในกิจการ และ ทราบข้อมูลบริการด้านสินเชื่อ จากพนักงานธนาคาร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ Micro Loan ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ ในเรื่องการให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความพร้อมเต็มใจให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ ตามลำดับ

สำหรับผลการศึกษา ปัญหาที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อ Micro Loan ของ บมจ.ธนาคาร กสิกรไทย ในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหา อยู่ในระดับปานกลาง-น้อย ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านราคา ในเรื่อง ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ และ ค่าธรรมเนียมชำระหนี้คืนก่อนกำหนดสูงกว่าธนาคารอื่น รองลงมาคือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง หลักประกันและ ภาระการค้ำประกันมากเกินไป ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง ไม่มีส่วนลดหรือยกเว้น ค่าธรรมเนียม ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่องขาดพนักงานไปเยี่ยมนอกสถานที่ ตามลำดับ และปัญหาที่มี ค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อย เรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องสถานที่ จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ และ ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอปัจจัยทางกายภาพ ในเรื่องขาดสิ่ง อำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในธนาคาร เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม ห้องน้ำ ฯลฯ ปัญหาด้านกระบวนการ ของการให้บริการ ในเรื่องขั้นตอนต่างๆ ในการขออนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก ซับซ้อน

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Customers Decision on Using Micro Loan of Kasikornbank Public Company Limited, Nakhon Pathom Province

Author Mr.Choochart Sooksawate

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chittraporn Pongpaibul Chairperson

Lecturer Chanon Chingchayanurak Member

ABSTRACT

This independent study aimed to study the services marketing mix factors affecting customer decision towards Micro Loan Credit Service at Kasikornbank Public Company Limited in Nakhon Pathom province. The data were collected from 300 respondents by questionnaires. Statistical techniques used in this study were frequency, percentage and mean.

From the study, it was found that most of respondents were male, in age range of 40-49 years old, with bachelor degree and marriage. Most of them were business owner in the trading business or the wholesalers or retailer. They had operated the business for 4-5 years and owner 1-3 million baht of fixed asset value. Their business employed no more than 3 employees and generated annual income over 5 million baht. Most of their business located on Sampran district.

The credit that most respondents used were overdraft loan. They used services of Kasikornbank for 2-5 years and the amount of credit line was 0.51-1.00 million baht. The purpose of using overdraft was to use or the working capital in the business and acquired the information of loan services from bank officers.

The marketing mix factors affecting customer decision towards micro loan credit service at Kasikorn Bank public company Limited in Nakhon Pattom province were overall rated at high level of average scores. which were the process in term of the fast service of loan approve, the

person in term of the relation and service mind of bank officers, the price in term of the interest rate, the product in term of the amount of approved credit line, the promotion in term of suggestion and consultation from bank officer, physical in term of image and fame of bank and place in term of the location of convenient area respectively.

The problems affecting purchasing decision were overall rated at middle-low level of average scores. The problems were rated at middle level which were price in term of higher of loan fee and fee of payment before maturity date than other bank, product in term of the too high of warranty, promotion in term of no charge or discount for fee, personal in term of no officers to visit customers outside respectively. The problems were rated at low level which were place in term of insufficient and narrowness of car park, physical in term of insufficient of facility such as telephone drinking water and restroom and process in term of complicated working process in loan approval respectively.