

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัญหา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม 260 ชุด สามารถสรุปผลการศึกษา การอภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาชั้นสูงสุดคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ ประกอบธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการผลิต มีระยะเวลาในการประกอบกิจการมากกว่า 10 ปี ธุรกิจจดทะเบียนในลักษณะบริษัทจำกัด มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ 51-200 ล้านบาท มีจำนวนคนงานหรือพนักงานทั้งหมดในกิจการ 51-200 คน ยอดขายต่อปี 101 - 400 ล้านบาท สถานที่ตั้งกิจการที่อำเภอเมือง ประเภทสินเชื่อที่ใช้คือเงินกู้เบิกเกินบัญชี ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าสินเชื่อ 6 - 10 ปี มีวงเงินสินเชื่อรวม 20.1 - 50 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้สินเชื่อเพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ทราบแหล่งข้อมูลการขอใช้บริการด้านสินเชื่อจาก พนักงานธนาคาร

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพตามลำดับ สรุปความสำคัญของปัจจัยได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 82 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
1	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
2	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ย
3	ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายแก่ลูกค้า
4	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้สะดวกในการติดต่อ
5	ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา
6	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ
7	ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ของธนาคาร

### ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านส่งเสริมทางการตลาดตามลำดับ และ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สามารถสรุปความสำคัญของปัญหา ได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 83 แสดงปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

อันดับ	ปัญหาส่วนประสมการตลาด	ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
1	ปัญหาด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
2	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งอยู่ไกลไม่สะดวกในการติดต่อ
3	ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า
4	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ
5	ปัญหาด้านบุคลากร	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ
6	ปัญหาด้านส่งเสริมทางการตลาด	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา
7	ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทกิจการ ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม

ตารางที่ 84 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการ

อันดับ	ประเภทกิจการ	ปัจจัยให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
1	อุตสาหกรรมการผลิต	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
2	การพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ย
3	กิจการบริการ	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
4	การแปรรูปอาหารทะเล	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
5	ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
6	การเกษตร/เลี้ยงสัตว์	ปัจจัยด้านบุคลากร	อัตราดอกเบี้ย
7	อสังหาริมทรัพย์	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ย

ประเภทกิจการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต ประเภทธุรกิจการพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก ประเภทกิจการบริการ ประเภทกิจการแปรรูปอาหารทะเล ประเภทกิจการรับเหมาก่อสร้าง ประเภทกิจการการเกษตร/เลี้ยงสัตว์ และ ประเภทธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการของการให้บริการ	ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
อุตสาหกรรมการผลิต	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร
กิจการบริการ	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย, ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานมีความรอบรู้ มีทักษะ เชี่ยวชาญงานสินเชื่อ	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร
การพาณิชย์(ค้าส่ง/ค้าปลีก)	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	เอกสารการขอสินเชื่อ ทำนิติกรรมไม่ยุ่งยาก	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร
การแปรรูปอาหารทะเล	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความพร้อมเต็มใจ ให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	มีบริการที่ครบวงจร	ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้	มีสาขาที่ให้บริการจำนวนมาก	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความพร้อมเต็มใจ ให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ภายในธนาคารมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย
การเกษตร/เลี้ยงสัตว์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร
อื่นๆ ธุรกิจสวนอาหาร , ธุรกิจเดินเรือ	ประเภทสินเชื่อหลากหลาย ,วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ,มีบริการครบวงจร	อัตราดอกเบี้ย, ค่าธรรมเนียมจัดการการเงินกู้	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ให้บริการ อยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ,มีที่จอดรถเพียงพอ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของธนาคาร

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ยกเว้นธุรกิจรับเหมาก่อสร้างให้ความสำคัญ ในเรื่อง มีบริการที่ครบวงจรและธุรกิจอื่น ๆ ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง ประเภทสินเชื่อที่หลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง อัตราดอกเบี้ย ยกเว้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง การเลี้ยงสัตว์และธุรกิจอื่น ๆ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้และสะดวกในการติดต่อ ยกเว้นธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ กับมีสาขาที่ให้บริการจำนวนมาก ธุรกิจอื่น ๆ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องมีที่จอดรถเพียงพอ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านกระบวนการของให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ยกเว้น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ให้ความสำคัญในเรื่อง เอกสารการขอสินเชื่อ ทำนิติกรรมไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ยกเว้น ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างได้ให้ความสำคัญในเรื่องภายในธนาคารมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย

ตารางที่ 86 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายต่อปีของกิจการ

อันดับ	ยอดขายต่อปี	ปัจจัยให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
1	มากกว่า400ล้านบาท	ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ย
2	101-400 ล้านบาท	ด้านกระบวนการของให้บริการ	การให้คำตอบรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
3	ต่ำกว่า50ล้านบาท	ด้านกระบวนการของให้บริการ	การให้คำตอบรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
4	50 – 100 ล้านบาท	ด้านกระบวนการของให้บริการ	การให้คำตอบรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

ประเภทยอดขายต่อปี จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ยอดขายต่อปีมากกว่า 400 ล้านบาท ยอดขายต่อปี 101- 400 ล้านบาท ยอดขายต่อปี ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ยอดขายต่อปี 50-100 ล้านบาท ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 87 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตาม ยอดขายต่อปีของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการของการให้บริการ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้แนะนำให้คำปรึกษา	พนักงานมีความรอบรู้ มีทักษะเชี่ยวชาญงานสินเชื่อ	เอกสารการขอสินเชื่อและการทำนิติกรรมไม่ยุ่งยาก	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
50 – 100 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้แนะนำให้คำปรึกษา	มีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
101- 400 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ	มีพนักงานให้แนะนำให้คำปรึกษา	มีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
มากกว่า 400 ล้านบาท	การให้บริการเสริมผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีหลากหลาย	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อและที่จอดรถเพียงพอ	มีพนักงานให้แนะนำให้คำปรึกษา	มีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ยกเว้น ยอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการเสริมผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง อัตราดอกเบี้ย ยกเว้น ยอดขายต่อปี ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้และสะดวกในการติดต่อ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีพนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ยกเว้น ระดับยอดขาย ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีความรอบรู้ มีทักษะเชี่ยวชาญงานสินเชื่อ

ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ยกเว้น ยอดขายต่ำกว่า 50 ล้านบาท ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง เอกสารการขอสินเชื่อและการทำนิติกรรมไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร



ตารางที่ 88 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

วงเงินสินเชื่อรวม	ปัจจัยให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
มากกว่า100ล้านบาท	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
20.1-50 ล้านบาท	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
50.1- 100 ล้านบาท	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ
10.1 – 20 ล้านบาท	ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

วงเงินสินเชื่อรวม จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ วงเงินสินเชื่อมากกว่า 100 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อ 20.1-50 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อ 50.1-100 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อไม่เกิน 10 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อ 10.1-20.0 ล้านบาท ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 89 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการของการให้บริการ	ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
วงเงินสินเชื่อรวม							
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวก ในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานมีความรอบรู้ มีทักษะ เชี่ยวชาญงานสินเชื่อ	เอกสารการขอสินเชื่อและทำนิติกรรมไม่ยุ่งยาก	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
10.1- 20 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวก ในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความพร้อมเต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
20.1- 50 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวก ในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
50.1- 100 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวก ในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
มากกว่า 100 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ	อัตราดอกเบี้ย	ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวก ในการติดต่อ	มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง	การให้คำตอบที่รวดเร็ว ในการอนุมัติสินเชื่อ	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง อัตราดอกเบี้ย ยกเว้น วงเงินรวมไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินรวมให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ท่าอยู่ที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้และสะดวกในการติดต่อ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง พนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแลให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ยกเว้นวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีความรอบรู้ มีทักษะ เชี่ยวชาญงานสินเชื่อ และ ระดับวงเงิน 10.1- 20 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความพร้อมเต็มใจให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ยกเว้น ระดับวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง เอกสารการขอสินเชื่อและทำนิติกรรมไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ ยอดขายต่อปี และ วงเงินสินเชื่อรวม

ตารางที่ 90 แสดงปัญหาที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ปัญหาให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
อุตสาหกรรมการผลิต	ด้านสถานที่ให้บริการ	ทำเลที่ตั้งอยู่ไกลไม่สะดวก
การพาณิชย์(ค้าส่ง/ปลีก)	ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
การบริการ	ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
แปรรูปอาหารทะเล	ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
เกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์	ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
รับเหมาก่อสร้าง	กระบวนการของการให้บริการ	อนุมัติวงเงินสินเชื่อล่าช้า
อสังหาริมทรัพย์	ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

จากตารางที่ 90 แบ่งแยกตามประเภทธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต การพาณิชย์(ค้าส่ง/ปลีก) การบริการ แปรรูปอาหารทะเล เกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตามลำดับ

ตารางที่ 91 แสดงปัญหาย่อยของปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการของการให้บริการ	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
อุตสาหกรรมการผลิต	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ
กิจการบริการ	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น	สถานที่จอดรถกลับแคบ ไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานขาดความรู้ในทักษะงานสินเชื่อ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ
การพาณิชย์(ค้าส่ง/ค้าปลีก)	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	สถานที่จอดรถกลับแคบ ไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูง	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีส่วนลด หรือยกเว้นค่าธรรมเนียม	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ
การแปรรูปอาหารทะเล	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	สถานที่จอดรถกลับแคบ ไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น	ไม่สามารถติดต่อผ่านโทรศัพท์ได้	ไม่มีส่วนลด หรือยกเว้นค่าธรรมเนียม	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	มีการทำงานที่ผิดพลาด	ธนาคารขาดเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย
การเกษตร/เลี้ยงสัตว์	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ
อื่นๆ ธุรกิจสวนอาหาร , ธุรกิจเดินเรือ	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ ในแต่ละปัญหาดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ยกเว้น ธุรกิจกิจการบริการ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และ การเกษตรเลี้ยงสัตว์ ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้สูงกว่าธนาคารอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ ยกเว้น ธุรกิจกิจการบริการ การ การแปรรูปอาหารทะเล และ ธุรกิจการพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก) ให้ความสำคัญในเรื่อง มีสถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ ส่วนธุรกิจรับเหมาก่อสร้างให้ความสำคัญในเรื่อง ไม่สามารถใช้บริการใช้บริการผ่านโทรศัพท์ได้

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษา

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ ยกเว้นธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานขาดความรู้ ในทักษะงานสินเชื่อ

ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า

ปัญหาด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่น่าสนใจ ยกเว้นธุรกิจ รับเหมาก่อสร้าง ได้ให้ความสำคัญในเรื่องธนาคารขาดเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย



ตารางที่ 92 แสดงปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายต่อปีของกิจการ

ยอดขายต่อปี	ปัญหาให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
มากกว่า 400 ล้านบาท	ปัญหากระบวนการของการให้บริการ	ให้คำตอบการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า
101-400 ล้านบาท	ปัญหาด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
50-100 ล้านบาท	ปัญหาด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ	สถานที่ตั้งอยู่ไกลไม่สะดวกในการใช้บริการ

ประเภทยอดขายต่อปี จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ยอดขายต่อปีมากกว่า 400 ล้านบาท ยอดขายต่อปี 101-400 ล้านบาท ยอดขายต่อปี 50-100 ล้านบาท ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ตามลำดับ สรุประดับความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 93 แสดงปัญหาย่อยของปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตาม ยอดขายต่อปีของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการของการให้บริการ	ด้านการสร้างและทางนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น	สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานให้แนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานมีบุคลิกภาพไม่น่าเชื่อถือ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
50 – 100 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานให้แนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
101- 400 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้แนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานขาดความรู้ในทักษะงานสินเชื่อ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
มากกว่า 400 ล้านบาท	ประเภทสินเชื่อมีให้เลือกน้อย	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้แนะนำ ให้คำปรึกษา	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ	เอกสารในการขอสินเชื่อยุ่งยาก	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ ในแต่ละปัญหาดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขายให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ ยกเว้น ระดับยอดขายมากกว่า 400 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง ประเภทสินเชื่อมีให้เลือกน้อย

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ยกเว้น ยอดขายต่ำกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามระดับยอดขาย 101-400 ล้านบาท และ ยอดขาย มากกว่า 400 ล้านบาท ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ ยกเว้น ยอดขายต่ำกว่า 50 ล้านบาท และ ยอดขาย 50-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่จอดรถกับแคบไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ไม่มีพนักงานให้แนะนำ ให้คำปรึกษา

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามระดับยอดขาย 50-100 ล้านบาท และ ระดับยอดขาย มากกว่า 400 ล้านบาท ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ ส่วนระดับยอดขายต่ำกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญ ในเรื่อง พนักงานมีบุคลิกภาพไม่น่าเชื่อถือ ส่วนยอดขาย 101-400 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานขาดความรู้ ในทักษะงานสินเชื่อ

ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า

ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับยอดขาย ให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ

ตารางที่ 94 แสดงปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินสินเชื่อ

วงเงินสินเชื่อรวม	ปัจจัยให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก
มากกว่า100ล้านบาท	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
20.1- 50 ล้านบาท	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
50.1- 100 ล้านบาท	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
10.1-20 ล้านบาท	ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

ประเภทวงเงินสินเชื่อ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ วงเงินสินเชื่อมากกว่า 100 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อ 20.1-50.0 ล้านบาท สินเชื่อไม่เกิน 10 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อ 50.1-100 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อ 10.1-20 ล้านบาท ตามลำดับ สามารถสรุประดับความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 95 แสดงปัญหาย่อยของปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium-SME ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการของการให้บริการ	ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
วงเงินสินเชื่อรวม							
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	ค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
10.1- 20 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา	พนักงานมีบุคลิกภาพไม่น่าเชื่อถือ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
20.1- 50 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
50.1- 100 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ
มากกว่า 100 ล้านบาท	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น	ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ	ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่เต็มใจให้บริการ	การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวมให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ ในแต่ละปัญหาดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ไกล ไม่สะดวกในการติดต่อ ยกเว้นวงเงินสินเชื่อรวม 10.1 – 20 ล้านบาท ให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ไม่มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

ปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับธุรกิจให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารไม่น่าสนใจ



### อภิปรายผล

จากสรุปผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของบริการ ของ Philip Kotler ปี 2002: (อดุลย์ จาตุรงกกุล, 2545 : 25-26) กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Services Marketing Mix 7 P's) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Services Marketing Mix 7 P's) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินค้านครหลวง 4 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุริยา ขาวโชติช่วง(2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก ปัจจัยด้านราคา

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรก คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุริยา ขาวโชติช่วง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรก คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรก คือ วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงตามความต้องการ

**ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ย และสอดคล้องกับการศึกษาของบุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุริยา ขาวโชติช่วง(2547) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ย

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง และสอดคล้องกับการศึกษาของสุริยา ขาวโชติช่วง(2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวก แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

**ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ มีพนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากลำดับแรก คือ มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษาอยู่เสมอ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ มีส่วนลด และงดคิดค่าธรรมเนียม และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สุริยา ขาวโชติช่วง (2547) ที่ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ระยะเวลาการปลอดชำระเงินต้น/ดอกเบี้ย

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ พนักงานไปเยี่ยมเยียนให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายแก่ลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และมีมารยาทที่ดีของพนักงาน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุริยา ขาวโชติช่วง

(2547) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง

**ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุริยา ขาวโชติช่วง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อไม่ซับซ้อน

**ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงด้านความมั่นคงของธนาคาร และสอดคล้องกับการศึกษาของสุริยา ขาวโชติช่วง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยสวยงาม

**สำหรับผลการศึกษาปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากลำดับแรกคือ ปัญหาด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่สำคัญที่ผู้ใช้บริการพบในระดับมากลำดับแรกคือ ปัญหาปัจจัยด้านราคา และสอดคล้องกับการศึกษาของสุริยา ขาวโชติช่วง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ ในระดับน้อยลำดับแรกคือปัจจัยด้านราคา แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตย์สุขเสนาะ (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับมากลำดับแรกคือ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

### ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งสามารถจำแนกตามประเภทกิจการ ประเภทยอดขายต่อปี และประเภทวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต การพาณิชย์(ค้าส่ง/ค้าปลีก),การแปรรูปอาหารทะเล ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง การเกษตร/เลี้ยงสัตว์ และ กิจการที่มียอดขายต่อปี 50-100 ล้านบาท 101-400 ล้านบาท และมากกว่า 400 ล้านบาท และ ผู้ที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 20.1-50 ล้านบาท 50.1-100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาท

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น จากการศึกษาโดยจำแนกตาม ประเภทกิจการ ,ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต การพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก และ กิจการที่มียอดขายต่อปี 101-400 ล้านบาท และ มากกว่า 400 ล้านบาท และ ผู้ที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 50.1-100 ล้านบาท และ มากกว่า 100 ล้านบาท

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานไปเยี่ยมเยียนให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทกิจการ การเกษตร/เลี้ยงสัตว์ สำหรับกิจการที่มียอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวม มากกว่า 100 ล้านบาท

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับที่ 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้สะดวกในการติดต่อ จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต การพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก การแปรรูปอาหารทะเล และการเกษตร/เลี้ยงสัตว์ สำหรับ กิจการที่มียอดขายต่อปี 50-100 ล้านบาท 101-400 ล้านบาท และมากกว่า 400 ล้านบาท และผู้ที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 20.1-50 ล้านบาท 50.1-100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาท

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับที่ 5 ได้แก่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ,ยอดขายต่อปี และ



วงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้าง กิจการที่มียอดขายต่อปีมากกว่า 400 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวมมากกว่า 100 ล้านบาท

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับที่ 6 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ,ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทกิจการ การพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก กิจการที่มียอดขายต่อปี 101- 400 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อรวม 20.1-50 ล้านบาท , 50.1-100 ล้านบาท และ มากกว่า 100 ล้านบาท

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับที่ 7 ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร จากการศึกษาโดยจำแนกตามวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ วงเงินสินเชื่อรวม 501-100ล้านบาท

ข้อค้นพบจากการศึกษาด้านปัญหาที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาในภาพรวมอยู่ระดับมาก ถึง ปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัญหาด้านราคาในเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ไกลไม่สะดวกในการใช้บริการ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการให้คำตอบอนุมัติสินเชื่อล่าช้า , ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ และปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการตามลำดับ

โดยปัญหาที่ให้ความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น เมื่อศึกษาโดยจำแนกตามประเภทธุรกิจ ยอดขายต่อปีของกิจการ และ วงเงินสินเชื่อรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ประเภทกิจการ การพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก), กิจการมียอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท และมีวงเงินสินเชื่อรวม 10.1-20 ล้านบาท

ปัญหาที่ให้ความสำคัญลำดับ 2 ได้แก่ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ไกลไม่สะดวกในการติดต่อ จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสูงสุด ได้แก่ ประเภทกิจการ การพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก) กิจการมียอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อรวมมากกว่า 100 ล้านบาท

ปัญหาที่ให้ความสำคัญลำดับ 3 ได้แก่ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่อง การให้คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ,ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสูงสุด ได้แก่ ประเภทกิจการ การเกษตร/เลี้ยงสัตว์ กิจการมียอดขายต่อปี 50-100 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวม มากกว่า 100 ล้านบาท

ปัญหาที่ให้ความสำคัญลำดับ 4 ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรงตามความต้องการ จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ,ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสูงสุด ได้แก่ ประเภทกิจการ การพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก) กิจการที่มียอดขายต่อปี มกกว่า 400 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวม 10.1-20 ล้านบาท

ปัญหาที่ให้ความสำคัญลำดับ 5 ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่อง พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ จากการศึกษาโดยจำแนกตามประเภทกิจการ ยอดขายต่อปี และวงเงินสินเชื่อรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสูงสุด ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต กิจการที่มียอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวม มากกว่า 100 ล้านบาท

ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนา ปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด โดยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### 1. ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการของการให้บริการ โดยรวมในระดับสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

ธนาคารควรกำหนดระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อให้ชัดเจน จะทราบผลการอนุมัติได้ภายในกี่วัน จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคาร และ



สามารถวางแผนการใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน ซึ่งการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อของลูกค้า Medium SME ก่อนข้างจะเป็นธุรกิจที่มีความซับซ้อน วงเงินที่ขอค่อนข้างสูง ตั้งแต่ 12 ล้านบาทขึ้นไป ธนาคารจึงมีความระมัดระวังในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อใน Segment Medium SME เป็นพิเศษ อย่างไรก็ตาม ธนาคารควรจะพัฒนากระบวนการ การขออนุมัติสินเชื่อให้มีความกระชับ ชัดเจน โดยควรอนุมัติผ่านระบบ Electronic Mail หรือ ผ่าน ระบบ Intranet ของธนาคาร จะทำให้มีความสะดวก รวดเร็ว และ สนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้า ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต , การพาณิชย์(ค้าส่ง/ค้าปลีก) , การแปรรูปอาหารทะเล , ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง , การเกษตร/เลี้ยงสัตว์ และ สำหรับกิจการที่มียอดขายต่อปีของกิจการ 50-100 ล้านบาท , 101-400 ล้านบาท และ มากกว่า 400 ล้านบาท และ ผู้ที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 20.1-50 ล้านบาท , 50.1-100 ล้านบาท และ มากกว่า 100 ล้านบาท

นอกจากนี้ธนาคารควรให้ความสำคัญแก่ลูกค้าในการจัดเตรียมเอกสารการขอวงเงินสินเชื่อ ที่ไม่ยุ่งยากและการทำนิติกรรมภายหลังจากที่ธนาคารอนุมัติวงเงินสินเชื่อให้กับลูกค้าแล้ว ไม่ยุ่งยาก และ ธนาคารควรสร้างมาตรฐานในกระบวนการให้บริการ โดยจัดทำคู่มือ ระเบียบ และ วิธีปฏิบัติในการให้บริการด้านสินเชื่อ ให้กับพนักงานถือปฏิบัติ เพื่อให้การทำงาน ไม่มีความผิดพลาด และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

## 2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยมากเป็นอันดับแรก และรองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมต่างๆ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามกลไกของตลาด ควบคุมโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และเป็นต้นทุนทางการเงินของแต่ละธนาคาร ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาและปรับปรุงดังนี้

ธนาคารควรกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมของลูกค้าแต่ละรายให้มีมาตรฐาน โดยพิจารณาตามผลการดำเนินงาน และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าแต่ละราย โดยพิจารณาจากวงเงินสินเชื่อทั้งหมดที่ลูกค้ามีกับธนาคาร และวงเงินที่ขอใหม่ รวมทั้งพิจารณาค่าธรรมเนียมรับต่างๆ และ หลักประกันทั้งหมดที่ค้ำประกันไว้กับธนาคาร เพื่อคำนวณค่าความเสี่ยง และถ่วงน้ำหนักออกมาเป็นค่าความเฉลี่ยในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารรับได้ของลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ควรคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ยที่ลูกค้าได้รับจากธนาคารอื่นด้วย

ธนาคารควรจัดอัตราดอกเบี้ย และ ค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้พิเศษ สำหรับลูกค้าที่มีผลประกอบการดี และ เป็นไปตามข้อกำหนดตามหลักเกณฑ์ของธนาคาร

ธนาคารควรออกโปรแกรมสินเชื่อสำเร็จรูป Products Program ที่มีอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่ำ เพื่อชักจูงให้ลูกค้าสนใจที่จะใช้ ผลกระทบที่สินเชื่อของธนาคารเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ควรพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ ที่ธนาคารรับได้ ตามหลักเกณฑ์ของธนาคาร

โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้า ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต การพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก และกิจการที่มียอดขายต่อปี 101-400 ล้านบาท และ ยอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท และ ผู้ที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 50.1-100 ล้านบาท และ มากกว่า 100 ล้านบาท ทั้งนี้ธนาคารควรหารายได้ค่าธรรมเนียมรับจากบริการต่างๆที่หลากหลายของธนาคารเพิ่มมากขึ้น เพื่อชดเชยรายได้ดอกเบี้ยรับที่เสียไป

### 3. ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากรโดยรวมในระดับสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ พนักงานไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายแก่ลูกค้า ควรมีการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ดังต่อไปนี้

ควรฝึกอบรมพัฒนาทักษะพนักงานธนาคาร ให้มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้าที่หลากหลาย และมีความพร้อมที่จะให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาทางการเงิน แก่ลูกค้าตลอดเวลา ทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่า พนักงานธนาคารกสิกรไทย คือที่ปรึกษาทางการเงินอย่างแท้จริงและช่วยสนับสนุนทางการเงินแก่ลูกค้าให้เติบโตอย่างยั่งยืนตลอดไป โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่ม ประเภทกิจการ การเกษตร/เลี้ยงสัตว์ กิจการที่มียอดขายต่อปี มากกว่า 400 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวม มากกว่า 100 ล้านบาท

### 4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวมในระดับสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้ สะดวกในการติดต่อ และรองลงมา คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร มีสาขาทั้งหมด 6 สาขา คือ สาขาสมุทรสาคร สาขานนทบุรี 1 สาขาย่อยกระทุ่มแบน สาขาย่อยสมุทรสาคร สาขาบ้านแพ้ว และสาขาย่อยเอกชัย-โพธิ์แจ้ ซึ่งยังครอบคลุมพื้นที่ไม่ทั่วถึงในจังหวัดสมุทรสาคร เพราะกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการผ่านช่องทางสาขา ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมือง ดังนั้น ธนาคารควรพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไข โดยดำเนินการ ดังต่อไปนี้

ธนาคารควรเร่งเปิดสาขาเพิ่มเติม หรือ เปิดสาขาบริการในห้างสรรพสินค้า Modern Trade เช่น Big C , Lotus เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการใช้บริการ และ สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน

ในวันเสาร์ – อาทิตย์ หรือ วันหยุด ได้ มีที่จอดรถเพียงพอ หรือ ควรแนะนำให้ผู้ค้าใช้บริการผ่านช่องทางอื่นๆนอกจากเดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา เช่น ทำธุรกรรมผ่าน Internet Banking , E-Phone Banking , Cash Connect , ATM และ ควรเพิ่มศูนย์บริการสินเชื่อ และพนักงานให้คำแนะนำ เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน ให้ครอบคลุมพื้นที่ธุรกิจของผู้ค้ามากขึ้น

โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่ม ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต , การพาณิชย์ ค้าส่ง/ค้าปลีก , การแปรรูปอาหารทะเล และ การเกษตร/เลี้ยงสัตว์ , กิจการที่มียอดขายต่อปี 50-100 ล้านบาท , 101-400 ล้านบาท และ มากกว่า 400 ล้านบาท และผู้ที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 20.1-50 ล้านบาท , 50.1-100 ล้านบาท และ มากกว่า 100 ล้านบาท

### 5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำให้คำปรึกษา ควรมีการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไข โดยธนาคารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด มากขึ้น ดังต่อไปนี้

ควรฝึกอบรมพัฒนาทักษะพนักงานธนาคาร ให้มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของผู้ค้าที่หลากหลาย และมีความพร้อมที่จะให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาทางการเงิน แก่ลูกค้า ตลอดเวลา

ทำให้ลูกค้ารู้สึก ว่า พนักงานธนาคารกสิกรไทย คือ ที่ปรึกษาทางการเงินอย่างแท้จริง และช่วยสนับสนุนทางการเงิน แก่ลูกค้าอย่างยั่งยืนตลอดไป ต่อเนื่องจากการพัฒนาบุคลากรด้านสินเชื่อของธนาคาร ช่วยให้คำแนะนำให้คำปรึกษาผู้ค้า เป็นวิธีการส่งเสริมการตลาดที่ดีมากอีกวิธีหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้า ประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง กิจการที่มียอดขายต่อปีมากกว่า 400 ล้านบาท และ วงเงินสินเชื่อรวมมากกว่า 100 ล้านบาท

นอกจากนี้ ควรให้สิทธิพิเศษ โครงการเสริมต่างๆของธนาคาร แก่ลูกค้าสินเชื่อของธนาคารเช่น การฝึกอบรม สัมมนาทางวิชาการด้านต่างๆ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

### 6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดี ในระดับแนวหน้า มีนโยบายให้การสนับสนุนทางการเงินให้แก่ธุรกิจ SME เพื่อเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งและเติบโตอย่างยั่งยืน และธนาคารเป็นผู้นำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ที่มีความหลากหลาย โดยธนาคารควรใช้หลักการตลาดรูปแบบใหม่ Product Desing โดยสำรวจความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทกิจการก่อน จากนั้นจึงออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าแต่ละกลุ่มธุรกิจ สนับสนุนให้ผู้ค้าได้รับวงเงินสินเชื่อที่เพียงพอและตรงตามความต้องการในการทำธุรกิจ ธนาคารไม่ควรกำหนดเงื่อนไขในการใช้วงเงิน

ที่เข้มงวดจนเกินไป ควรมีความยืดหยุ่น ควรพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ควรพิจารณาอนุมัติสินเชื่อตามความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าประเภทกิจการ การพาณิชย์ ค่าส่ง/ค่าปลีกกิจการที่มียอดขายต่อปี 101- 400 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อรวม 20.1-50 ล้านบาท , 50.1-100 ล้านบาท และ มากกว่า 100 ล้านบาท นอกจากนี้ ควรมีบริการที่ครบวงจร และควรให้บริการเสริมผลิตภัณฑ์สินเชื่อ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม ควรกำหนดระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้เงินกู้ให้เหมาะสมกับความสามารถชำระหนี้ของลูกค้าแต่ละราย และไม่ควรเรียกหลักประกัน และภาระการค้ำประกันมากจนเกินไป

### 7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ของธนาคาร โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีวงเงินสินเชื่อรวม 50-100 ล้านบาท ควรมีการปรับปรุง ดังนี้ ธนาคารควรรักษาระดับ ความมีชื่อเสียง และ ภาพพจน์ของธนาคาร ในคงอยู่ชั้นแนวหน้าตลอดไป ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารไทยชั้นนำของประเทศไทย ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีผลการดำเนินงานยอดเยี่ยม Bank of The Year 3 ปี ซ้อน และรางวัล บริษัทมหาชนที่มีธรรมาภิบาลดีเด่น ได้รับรางวัลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นธนาคารที่มีความแข็งแกร่งทางการเงิน มีเงินทุนสำรองในระดับสูง มีหนี้เสียต่ำ อัตราการเติบโตของสินเชื่อเติบโตในอัตราที่สูง มีผู้นำองค์กร ที่มีวิสัยทัศน์ กว้างไกล เป็นที่ประทับใจของผู้ใช้บริการ

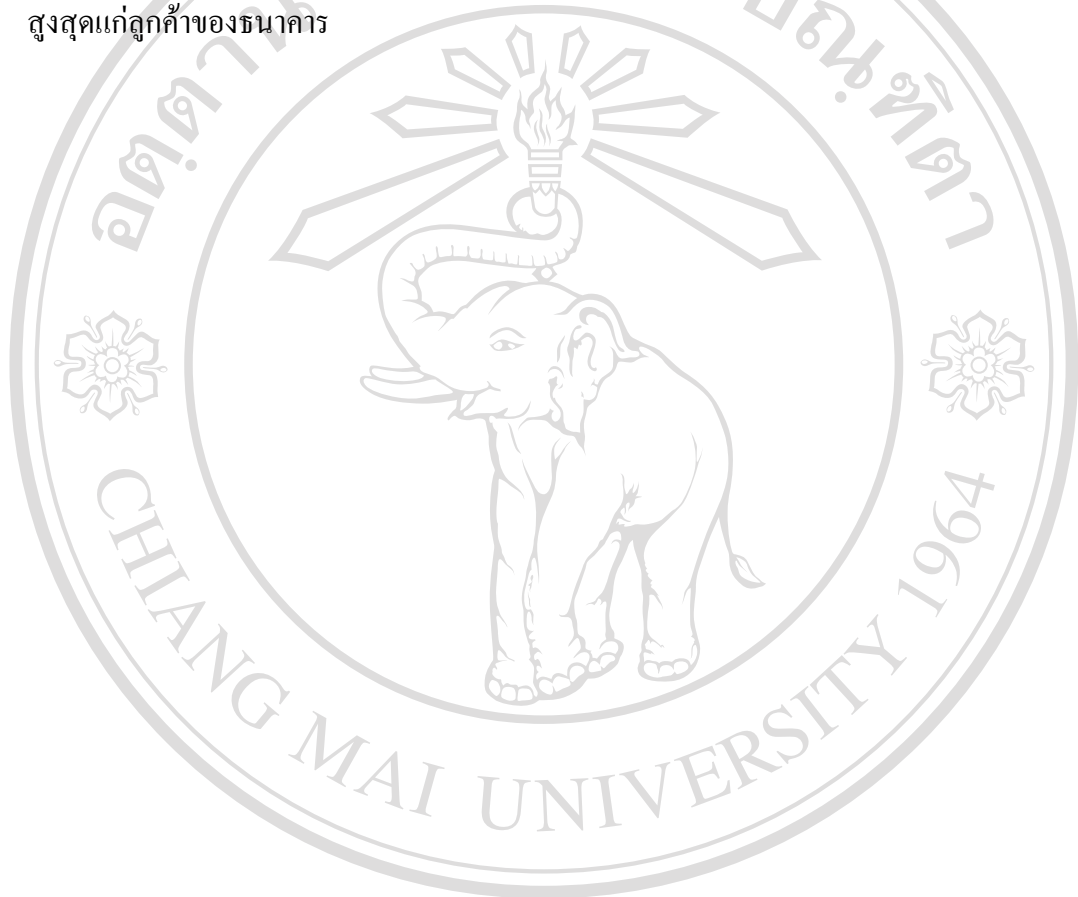
นอกจากนี้ ธนาคารควรปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในองค์กร เช่น โทรศัพท์ น้ำดื่ม ชา กาแฟ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ โซฟานั่งพัก ห้องน้ำที่สะอาด เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ให้กับผู้ใช้บริการ รับบัตรคิว โดยไม่ต้องยืนรอ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการและบอกต่อ ไปยังเพื่อนๆ ญาติสนิท ให้มาใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กับจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดนครปฐม หรือ จังหวัดราชบุรี ซึ่งจะ ได้ข้อมูลในมุมมองที่กว้างขึ้น ข้อค้นพบอาจจะมีข้อแตกต่าง ขึ้นอยู่กับประเภทกิจการในแต่ละพื้นที่ ภาวะเศรษฐกิจ ความต้องการของลูกค้า และปัญหาที่ลูกค้าตระหนักถึง ในช่วงเวลานั้นๆ

### ข้อจำกัดของการศึกษา

ข้อจำกัดของการศึกษานี้ คือ ระดับความสำคัญของปัญหา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นข้อมูลที่ลูกค้าตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก ซึ่งไม่ใช่ปัญหาที่ลูกค้าค้นพบ และเป็นสิ่งที่ธนาคารพึงระมัดระวัง ควรปรับปรุง แก้ไข เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดแก่ลูกค้าของธนาคาร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved