

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
ลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกสิกรไทยจำกัด
(มหาชน) ในจังหวัดชุมพร

ผู้เขียน นายพิณัย ใจผ่องใส

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตรากรณ์ พงษ์ไพบุลย์ ประธานกรรมการ
อาจารย์ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชุมพร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้า ที่ใช้บริการสินเชื่อ กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชุมพร ซึ่งมีจำนวน 4 สาขา คือ สาขาชุมพร สาขาปากน้ำชุมพร สาขาท่าแซะ และสาขาหลังสวนชุมพร โดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 280 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีอาชีพพนักงานเอกชน/ห้างร้าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 – 20,000.-บาท จำนวนธนาคารที่ใช้ 2 แห่ง ประเภทสินเชื่อที่ใช้ คือ เงินกู้(ทั่วไป) บริการอื่น ๆ ที่ใช้บริการมากที่สุดด้านฝากเงิน และทราบแหล่งข้อมูลด้านสินเชื่อของธนาคารจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชุมพร ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้าน

ส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลลำดับแรก ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ มีบริการที่ครบวงจร ปัจจัยด้านราคาได้แก่ จำนวนเงินที่ผ่อนต้องงวด ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ปัจจัยด้านพนักงานได้แก่ มีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้

สำหรับผลการศึกษา ปัญหาและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชุมพร ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัญหาด้านราคา รองลงมาคือปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านพนักงาน และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัญหา พบว่า ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก ได้แก่

ปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ การประเมินราคาหลักประกันต่ำ ปัญหาย่อยด้านราคาได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสูง และค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง ปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ สถานที่จอดรถคับแคบ ปัญหาย่อยด้านส่งเสริมการตลาดได้แก่ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มี การยกเว้นค่าธรรมเนียมในช่วงเวลาพิเศษ ปัญหาย่อยด้านพนักงานได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาไม่ชัดเจน ปัญหาย่อยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ ภายในอาคารขาดความเป็นระเบียบ เช่นการจัดวางอุปกรณ์ เอกสารการขอสินเชื่อ และป้ายสัญลักษณ์ และปัญหาย่อยด้านกระบวนการให้บริการได้แก่ ขั้นตอนการขออนุมัติสินเชื่อยุ่งยาก

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Customer Selection of Loan Credit Services from Kasikornbank Public Company Limited in Chumphon Province

Author Mr. Pinai Jaiphongsai

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chittraporn Pongpaibul Chairperson

Lecturer Chanon Chingchayanurak Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the services marketing mix factors affecting customer selection of loan credit from Kasikornbank public company limited in Chumphon province. The data of this research were collected from 280 customers who used loan credit services of Kasikornbank in Chumphon province which consisted of 4 branches: Chumphon branch, Paknam Chumphon branch, Ta-Sae branch, and Lungsuan Chumphon branch. Questionnaire was used to collect the data.

The study shown that most of the respondents were female age under 30 years old. Most of them were official employee who earn monthly income about 10,000 – 20,000 baht per month. Most respondent, generally used financial services with 2 banks, mostly for deposit service while the most popular used in type of service credit loan (normal type). Most of them were informed data of credit loan services by bank officers.

The services marketing mix factors affecting customer selection of loan credit from Kasikornbank public company limited in Chumphon province were overall rated at high-middle level. The factors which were rated at high level were physical, people, process, product, and place, respectively. While the factors which were rated at medium level were promotion and

price, respectively. In each factor, that the sub factor which was rated as the first priority could be shown as below:

The product factor was the full services. The price factor was the interest rate. The place factor was the location which was nearby and convenient to contact. The promotion factor was the advertiment using the communication channels. The people factor was the reliability. The physical factor was the atmosphere of the bank's branch which was modern and nice. And the process factor was the proper approval of the required documents and accurate and reliable process.

The services marketing mix problem factors affecting respondents selection of loan credit from Kasikornbank public company limited company in Chumphon province was overall rate at the middle level. The most important problems were price, product, place, process, promotion, people, physical, respectively. In each problems, we found that the sub factor which ware rated or the first priority problems could be shown as follows:

The product factor was low value of collateral appraising The price factor was the high interest rate and the charge of front-end fee. The place factor was the narrow space for car parking. The promotion factor was no discount in a special occasion. The people factor was bank staffs provided an unclear suggestion. The physical factor was lacking of neat in place. And the process factor was the complicated process of credit approval.