

ชื่อเรื่องการค้าค้ำแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ
: กรณีศึกษา สำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้เขียน นางสาวกฤษณา หาญกล้าผจญ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้ำแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตรภรณ์ พงษ์ไพบุลย์ ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้ำแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของสำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณานำเสนอในรูปของตารางความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส ดำเนินกิจการโดยจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 10-50 ล้านบาท มีรายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 50 ล้านบาท มีวงเงินสินเชื่อมากกว่า 100-150 ล้านบาท มีการใช้วงเงินกับสถาบันการเงินต่างๆ จำนวน 2 ธนาคาร ใช้สินเชื่อกับธนาคารมาเป็นระยะเวลา มากกว่า 5-10 ปี ใช้บริการที่สาขาสมาทรสาคร และใช้สินเชื่อประเภทเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ พนักงานสินเชื่อที่ให้ บริการ ด้านกระบวนการ ด้านบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางที่ให้บริการ และด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นลำดับแรก ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับสูงในเรื่องความหลากหลายของประเภทของสินค้า และเรื่องการพิจารณาสินค้ามีการพิจารณาอย่างเป็นธรรมและถูกต้อง ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในเรื่องอัตราดอกเบี้ยในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านช่องทางที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลางโดยมี ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับสูงในเรื่อง ความทันสมัยของข้อมูลด้านสินค้า ปัจจัยด้านพนักงานสินค้าที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินค้า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การจัดบรรยากาศภายในของสำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับสูงในเรื่อง ความรวดเร็วในการทำนิติกรรมสัญญา

ปัญหาในการใช้บริการสินค้าของธนาคาร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องค่าธรรมเนียมในการใช้เงินต่างประเทศสูงกว่าธนาคารอื่น ท่าเลที่ตั้งของสำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย มีค่าเฉลี่ยของปัญหาปานกลาง

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards Credit Services : A Case Study of Omnoi Business Center, Krung Thai Bank (Public) Company Limited

Author Miss Krisana Hanklapajon

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chittraporn Pongpaibul Chairperson

Assistant Professor Dararatana Boonchaliew Member

ABSTRACT

This independent study had the objective to study on customer satisfaction towards credit services of Krung Thai Bank (Public) Company Limited, Omnoi Business Center. The data were collected from 220 subjects by using the questionnaires. Then the data were analyzed by using descriptive statistics and presented as frequency table, percentage and mean. The findings of this study were as follows.

Most of respondents were male, aged between 40-50 years, married, established companies in form of company limited, with registered capital between 10-50 million bath. The average revenue over 50 million bath annually. The credit line was over 100-150 million bath, and opened credit limit with 2 others financial institutions. The credit relationship with the bank were over 5-10 years at Samut Sakhon Branch. The credit type used was over draft.

Service Marketing mix factors affecting the satisfaction on credit service were summarized by average scores from highest to lowest as follows: physical evidence, people, process, service, promotion, place and price factor respectively. The sub-factors that were rated at the first priority of satisfaction were presented as follows.

Service factor had average satisfaction at a high level on the variety of credit types and the credit approved was fair and accurate. Price factor had average satisfaction at a moderate

level on the interest rate. Place factor had average satisfaction at a moderate level on the convenience in communication by telephone. Promotion factor had average satisfaction at a high level on up-to date credit information. People factor had average satisfaction at a high level on the skill and knowledgeable of the staff. Physical evidence factor had average satisfaction at a high level on the office atmosphere of Omnoi business center. Process factors had average satisfaction at a high level on the promptness in signing contract.

Problems on credit service of Krung Thai Bank were found that most of the respondents had average of moderate level on in sub-factor such as foreign credit fee was higher than others bank. The bank location was also found had average at moderate level problem.