

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
สินเชื่อ Medium SMEs ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน นายอนวัช จันสกุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตรกรรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวณณ สิงห์เจริญ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ สินเชื่อ Medium SME ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 260 ชุด โดยวิธีสำมะโน(Census) จากสาขาต่างๆจำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขานนทบุรี 1 สาขา สมุทรสาคร สาขาอยุธยาสมุทรสาคร สาขาบ้านแพ้ว สาขาอยุธยากระทุ่มแบนและสาขาอยุธยาเอ็กซิตซ์โพธิ์แจ้ง วิเคราะห์ข้อมูลจาก แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาชั้นสูงสุดคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมผลิต มีระยะเวลาในการประกอบกิจการมากกว่า 10 ปี ธุรกิจจดทะเบียนในลักษณะบริษัทจำกัด มีมูลค่าทรัพย์สินถาวร 51-200 ล้านบาท มีจำนวนคนงานหรือพนักงานทั้งหมดในกิจการ 51-200 คน ยอดขายต่อปี 101 - 400 ล้านบาท สถานที่ตั้งกิจการที่อำเภอเมือง ประเภทสินเชื่อที่ใช้คือเงินกู้เบิกเกินบัญชี ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าสินเชื่อ 6 - 10 ปี วงเงิน

สินเชื่อรวม 20.1 - 50 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้สินเชื่อเพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
ในกิจการ ทราบแหล่งข้อมูลการขอใช้บริการด้านสินเชื่อจาก พนักงานธนาคาร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ Medium
SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับ
สำคัญมากทุกปัจจัย เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการให้คำตอบที่
รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านบุคลากร ในเรื่อง
พนักงานไปเยี่ยมเยียนให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องทำเล
ที่ตั้งของสาขาที่ใช้บริการอยู่ใกล้สะดวกในการติดต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมี
พนักงานให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ และ
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอปัจจัยทางกายภาพ ในเรื่องชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารเรื่อง
ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ตามลำดับ

ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อ Medium SME ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด
(มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก-ปานกลาง ปัญหาในระดับมาก ได้แก่
ปัญหาด้านราคา ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใน
เรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ไกลไม่สะดวกในการติดต่อ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการให้
คำตอบในการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติไม่ตรง
ตามความต้องการ ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่เต็มใจให้บริการ
ตามลำดับ และ ปัญหาในระดับปานกลางได้แก่ ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอปัจจัยทางกายภาพ ใน
เรื่องชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ไม่ได้ ผู้ธนาคารคู่แข่งไม่ได้

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Customer Selection
Toward Medium SME Credit Services of Kasikornbank Public
Company Limited in Samut Sakhon Province

Author Mr.Anawach Jansakul

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chitraporn Pongpaibul Chairperson

Assistant Professor Chawapon Singhajarun Member

ABSTRACT

This independent study aimed to study the services marketing mix factors affecting customer selection toward medium SME credit services of Kasikornbank Public Company Limited in Samut Sakhon Province. The 260 questionnaires were the data collection tool of census procedure from 6 following branches; Settakij road, Smutsakon , Minor Samutsakon and Banpaew . Then, the collected data were analyzed by descriptive statistics – frequency, percentage, and mean.

From the study, it was found that most of respondents were male , in age range 40-49 years old , marriage with bachelor degree. Most of them were managing director of production industry. They had proceeded business for more than 10 years . the businesses were registered as company limited and had 51-200 million baht fix asset value. Their business had 51-200 employees and had annual sales 101-400 million baht. Most of their business located on Ampur Muang. The most credit line that respondents used was overdraft. They used credit line of Kasikornbank for 6-10 years and the amount of credit line was 20.1-50 million baht. The purpose of using overdraft was to use or the working capital in the business. They acquired the information of loan service from bank officers.

The marketing mix factors affecting purchasing decision were overall rated at high level of average scores which were process in term of the fast service of loan approve, price in term of interest rate, person in term of customers visit and correct consult providing, place in term of the location of convenient area, promotion in term of suggestion and consultation from bank officers, product in term of the credit line, and physical in term of image and fame of bank, respectively.

The problems affecting purchasing decision were overall rated at high-middle level of average scores . The problems which were rated at high level were price in term of higher of interest compared with other banks , place in term of the location that was far and inconvenience to contact, process in term of the delay of loan approval, product in term of the approved credit line that was lower than requirement and personal in term of the insufficient relation and service mind of bank officers, respectively. The problem which was rated at middle level was physical in term of the bad reputation and image comparing with competitors.