

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ คุณภาพการให้บริการสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรสำหรับ
ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นายเฉลิมรัฐ แซ่อาศัย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
อาจารย์ ดร. อำพิน กันธิยะ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรสำหรับลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30-40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ลักษณะธุรกิจเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำและอาหารทะเล ลักษณะการจดทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดา กิจการมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรส่วนใหญ่ไม่เกิน 3 ล้านบาท จำนวนแรงงานในกิจการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 คน มีระดับรายได้มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 3 ล้านบาท มีระยะเวลาดำเนินกิจการ มากกว่า 7 ปี - 10 ปี ระยะเวลาการใช้บริการสินเชื่อ มากกว่า 4 ปี ประเภทสินเชื่อเป็นการเบิกเงินเกินบัญชี วงเงินสินเชื่อขอกู้ 500,000-2,000,000 บาท และได้รับข้อมูลจากการชักชวนจากพนักงานธนาคาร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน โดยในแต่ละด้านมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อย การมีบริการสินเชื่อหลายประเภทให้เลือกใช้บริการ ด้านราคา ปัจจัยย่อย เกณฑ์การประเมินหลักทรัพย์มีความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อย สาขาให้บริการของธนาคารมีจำนวนมากและตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อย มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าสินเชื่อ เช่น ได้รับการแจ้งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ และสิทธิประโยชน์ด้านอัตราดอกเบี้ย และรูปแบบอัตราค่าธรรมเนียมชำระที่หลากหลาย เป็นต้น ด้าน

บุคลากร ปัจจัยย่อยพนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อย วงเงินและกระบวนการอนุมัติสินเชื่อตรงตามเวลาที่ได้แจ้งลูกค้าไว้ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยย่อย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารฯ เป็นที่น่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในระดับมากต่อปัจจัย 10 ด้านที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการให้บริการ โดยในแต่ละด้านมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ดังต่อไปนี้ ด้านความไวใจได้ ปัจจัยย่อย พนักงานสินเชื่อมีการชี้แจงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และกำหนดเงื่อนไขการให้บริการสินเชื่อ ด้านความพร้อม ปัจจัยย่อย มีจำนวนพนักงานสินเชื่อเพียงพอให้บริการอยู่ตลอดเวลา ด้านความสามารถ ปัจจัยย่อย พนักงานสินเชื่อมีการแนะนำและเสนอแนะบริการสินเชื่อที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ปัจจัยย่อย สาขาให้บริการของธนาคารมีจำนวนมากและตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกในการเดินทาง ด้านความมีอัธยาศัย ปัจจัยย่อย พนักงานสินเชื่อมีความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ปัจจัยย่อย ธนาคารมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรให้กับลูกค้าเป้าหมายและประชาชนทั่วไป ด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารฯ เป็นที่น่าเชื่อถือ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ปัจจัยย่อย ธนาคารมีระบบการจัดเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย ด้านความรู้จักและเข้าใจลูกค้า ปัจจัยย่อย ธนาคารมีประเภทของสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรรูปแบบต่างๆตรงตามความต้องการของลูกค้า ด้านความพยายามให้สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ ปัจจัยย่อย มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าสินเชื่อ ได้รับการแจ้งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ และสิทธิประโยชน์ด้านอัตราดอกเบี้ย และรูปแบบอัตราการผ่อนชำระที่หลากหลาย เป็นต้น

Independent Study Title	Quality of Credit Services for Agro-Industry of Kasikorn Bank Public Company Limited Customers in Mueang Chiang Mai District
Author	Mr. Chalermrat Sengasai
Degree	Master of Business Administration (Agro-Industry Management)
Independent Study Advisor	Lect. Dr. Ampin kuntiya

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to investigate the quality of credit service for Agro-Industry of Kasikorn Bank Public Company Limited customers in Mueang Chiang Mai District. The data was collected by questionnaires through 300 respondents. The majority of the respondents were male with age range of 30 - 40 years with Bachelor degree education. They worked as business owners of Agro-business on aquatic animals and seafood processing with personal business registration. The values of their fixed assets were less than 3 million baht with less than or equal to 15 personnel and income in the range of 1 - 3 million baht. The duration of business operation was more than 7 - 10 years with credit service loan duration of more than 4 years. The type of credit loan was overdraft service with credit limit of 0.5 – 2.0 million baht. The information of credit loan service was obtained and persuaded by bank staffs or tellers.

The respondents rated their satisfaction on high level for all seven service marketing mix factors. Each factor had the following sub-factor which was nominated at the highest priority. On product factor, the variety of credit loan service sub-factor was the most favored. On price factor, the suitable criteria for property evaluation sub-factor were rated at the highest level. On the

factor of place or distribution venue factor, the sufficient quantity of servicing bank branch and convenient traveling location. On the promotional factor, the additional privileges for the customers of credit loan service such as notification of information on credit loan product, prerogative on interest rates, and variety on the installments rate pattern were rated at the highest level. On the personnel factor, the good personality and reliability were mostly preferred. For the process factor, the loan amount and the punctuality of credit loan approval process were sub-factor with the first priority. On the physical environment, the reliability of reputation and image of the bank were rated at the highest level.

The respondents rate the satisfaction at high level towards 10 factors that determined the service quality. Each factor had the following sub-factors which were rated as first priority as following. On trustworthiness of the staff factor, the clarification of the products property and stipulation of the conditions required for credit loan service were the mostly preferred sub-factor. On the preparedness factor, the around the clock availability of credit loan service staffs at sufficient number to provide service for customers were rated at the highest level. On the capability factor, the respondents focused their highest preference on the ability of staffs to suggest or propose the suitable credit loan service in accordance with the demands. On the accessibility factor, the plentiful availability of bank branches within the conveniently accessible area sub-factor was highly rated. On the courteousness factor, the sub-factor which focused on the friendliness of the credit loan service staffs with pleasant smile and good interpersonal relations were the most preferred. On the building of personal interrelation, the specific sub-factor which included the advertisement of information relevant to agro-industry credit loan service for targeted customers and general public were highest rated. On the reliability factor, the bank image and reputation sub-factor were the most preferred. On the security factor, the availability of security system to ensure the confidentiality for the information of customer which was up to the acceptable standard sub-factor was rated at the highest level. On the knowledge and understanding factor, the sub-factor which focused on the variety of credit loan services for agro – industry that corresponded to demand of the customers was rated at the highest level. On the perception offering for customers, the availability of addition privileges for credit loan services customers sub-factor such as notification of the credit loan services product information, prerogative on interest rates, and the variety of installments rate was preferred at the highest level.