ชื่อเรื่องการกันกว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาการกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายสุพจน์ อื่นทพินธุ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชุสานติ ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ

บทกัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านเบิกเงินเกินบัญชีของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนัก ธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อสึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีของ ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักธุรกิจสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บ ข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 245 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเกราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเจ้าของกิจการ รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 - 45,000 บาทโดยอยู่ใน ประเภทธุรกิจก้าส่งถ้าปลีก มีทุนจดทะเบียนของกิจการตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท ใช้บ้าน พร้อมที่ดินเป็นหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน และมีวงเงินเกินบัญชีที่ขออนุมัติจากธนาคาร ตั้งแต่ 3 แสน บาทขึ้นไปถึง 6 แสนบาท และตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไปถึง 3 ล้านบาท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่มีผลในระดับค่าเฉลี่ยกวามสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้ บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยค้าน กระบวนการให้บริการ ปัจจัยค้านราคา ปัจจัยค้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยค้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของ การให้บริการ

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันคับแรกคือ คุณภาพการให้บริการ วงเงินเบิกเงินเกินบัญชีได้รับอนุมัติ และหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันและความหลากหลายของ บริการ

ปัจจัยย่อยของปัจจัยค้านรากาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราคอกเบี้ยสินเชื่อเบิกเงิน เกินบัญชี อัตราค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ และการปรับเปลี่ยนอัตราคอกเบี้ยรวคเร็ว

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งใกล้ แหล่งชุมชน สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้ และความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอครถ

ปัจจัยย่อยของปัจจัยค้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 - อันคับแรกคือ ได้รับสิทธิ พิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ และมีข้อเสนอหรือบริการพิเศษใน บริการอื่นๆ

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ความเอาใจใส่และความกระตือรือรั้นในการแก้ไขปัญหา และพนักงานมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันคับแรกคือ ความสะควก รวดเร็วในการติดต่อ การอนุมัติสินเชื่อใช้เวลารวดเร็ว และมีบริการเพื่ออำนวยความสะควกขณะ ติดต่อ

ปัจจับย่อยของปัจจับค้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการที่มี กำเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความมั่นคง ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีอุปกรณ์สำนักงาน ทันสมัย และมีเครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะควก

ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่คือ วงเงินที่ได้รับ อนุมัติไม่เพียงพอกับความต้องการ ปัญหาด้านราคาส่วนใหญ่คือ อัตราดอกเบี้ยสูง ปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่คือ สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอด ปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่คือ ไม่มีส่วนลดในการใช้บริการอื่นๆ ของธนาคารหรือมีน้อย ปัญหา ด้านบุคลากรส่วนใหญ่คือ พนักงานที่ให้บริการแก้ไขปัญหาของลูกค้าล่าช้า ปัญหาด้านกระบวนการ ให้บริการส่วนใหญ่คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อนาน และปัญหาด้านการสร้างและการเสนอ หลักฐานทางกายภาพของการให้บริการส่วนใหญ่คือ เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่เพียงพอให้ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ

Independent Study Title

Service Marketing Mix Factors Affecting the Business Decision on Using Overdraft of Bangkok Bank Public Company Limited at Sanpakoi Business Center, Chiang Mai Province

Author

Mr.Suphot Inthapint

Degree

Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof. Sirikiat Ratchusanti

Chairperson

Assistant Prof. Dararatana Boonchaliew Member

ABSTRACT

This independent study intended to explore service marketing mix factors affecting the business decision on using overdraft loan of Bangkok Bank Public Company Limited at Sanpakoi business center, Chiang Mai Province and to study customer's problems on using the overdraft loan services. The data were collected by inquiring 245 customers of the overdraft loan services. The data were then analyzed in terms of frequency, percentage, and mean.

The results of the study were that most of the respondents were male aged between 41-50 years, holding Bachelor Degrees and positioning in owner business. Their income per month ranged from 30,001-45,000 baht. The majority of business type was wholesale and retail business. The authorized capital ranged from 1,000,001-5,000,000 bath. The respondents were use house and land as collateral and overdraft loan limit ranged from 300,000-600,00 bath and 1,000,000-3,000,000 bath.

Regarding the study of factors of service marketing mix affecting the decisions on using the overdraft loan services, it was found that the respondents regarded several factors including people, process, price, product, place, promotion and physical evidence and presentation as a high importance level respectively.

In product factor, three sub-factors having highest average were service quality, overdraft loan limit and collateral and diversity of services.

In price factor, three sub-factors having highest average was interest rate, overdraft loan fee and interest rate adjusting.

In place factor, three sub-factors having highest average was location of branch, telephone contact and adequacy or convenient of parking lot.

In promotion factor, three sub-factors having highest average were special offers of added services, outside public relation by officer and special offer in other services.

In people factor, three sub-factors having highest average were advisory service of officer, officer's intent for solving and officer's good relationship.

In process factor, three sub-factors having highest average were convenient of contact, time of loan approval and service to convenient customer.

In physical evidence and presentation factor, three sub-factors having highest average were stability, famous and image of bank, office equipments and comfortable equipments for customer.

The findings of problems in using the overdraft loan services of Bangkok Bank Public Company Limited Sanpakoi business center, Chiang Mai Province showed that the problems most frequently found by the customer were as follows: product factor, the problem was inadequacy of overdraft loan limit. For price factor, the problem was high interest rate. For place factor, the problem was inadequacy or inconvenient of parking lot. For promotion factor, the problem was inadequacy of service discount. For people factor, the problem was the time of problem solving for customer. For process factor, the problem was the time of loan approval. For physical evidence and presentation factor, the problem was inadequacy of customer's comfortable equipments.

adansumphenaulbedinu Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved