

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 270 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ดำเนินกิจการประเภทการพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก) ระยะเวลาการใช้สินเชื่อมากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี รายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่า 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท ประเภทวงเงินสินเชื่อที่ใช้คือ เงินกู้ทั่วไป มีวงเงินสินเชื่อรวมไม่เกิน 3.0 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อที่ใช้มากที่สุดในามบัญญัติบุคคลธรรมดา และแหล่งข้อมูลที่ทราบการขอใช้บริการด้านสินเชื่อมาจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าผู้ประกอบการ ขนาดกลาง และขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินค้าและบริการ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง สามารถสรุปค่าเฉลี่ย และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรก ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 75 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ค่าเฉลี่ยและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด         | ค่าเฉลี่ย | ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก                   |
|--------------------------------|-----------|---|
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์            | 4.03      | มีบริการที่ครบวงจร                                  |
| ปัจจัยด้านราคา                 | 3.51      | จำนวนเงินที่ผ่อนต้องงวด                             |
| ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ     | 3.59      | ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกต่อการติดต่อ               |
| ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด      | 3.42      | มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ               |
| ปัจจัยด้านพนักงาน              | 4.03      | ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีของพนักงาน |
| ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | 4.25      | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร                  |
| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ   | 3.95      | การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ           |

ส่วนที่ 3 ปัญหาการใช้บริการสินค้าเชื่อมกับบมจ.ธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดราชบุรี ของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อยในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านพนักงาน และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ สามารถสรุปค่าเฉลี่ยและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 76 แสดงปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ค่าเฉลี่ยและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

| ปัญหาส่วนประสมการตลาด         | ค่าเฉลี่ย | ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก   |
|-------------------------------|-----------|--|
| ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์            | 2.07      | หลักประกัน/ภาระการค้ำประกันมากเกินไป   |
| ปัญหาด้านราคา                 | 2.35      | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น  |
| ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ     | 2.30      | สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ   |
| ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด      | 2.17      | ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม  |
| ปัญหาด้านพนักงาน              | 1.81      | พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค   |
| ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | 1.62      | ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม ชา กาแฟ หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ |
| ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ   | 1.95      | เอกสารยุ่งยาก ซับซ้อนในการทำนิติกรรม   |

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปี และวงเงินสินเชื่อ

จำแนกตามประเภทธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยรวมในลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญในเรื่องความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร สรุปได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 77 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ

| ประเภทธุรกิจ                | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด      | ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก  |
|-----------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| อุตสาหกรรมการผลิต           | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |
| การบริการ                   | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |
| รับเหมาก่อสร้าง             | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |
| อสังหาริมทรัพย์             | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |
| การพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก) | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |
| เกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์     | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |
| แปรรูปอาหารทะเล             | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร |

จำแนกตามประเภทรายได้เฉลี่ยต่อปี จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยรวมในลำดับแรก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงาน เป็นอันดับแรก โดยมีปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในเรื่องพนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย / ความรู้และความสามารถของพนักงาน / พนักงานมีความน่าเชื่อถือ / ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นอันดับแรก โดยมีปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในเรื่อง ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 78 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทรายได้เฉลี่ยต่อปี

| รายได้เฉลี่ยต่อปี                         | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด      | ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก   |
|---|--------------------------------|---|
| ต่ำกว่า 1 ล้านบาท                         | ปัจจัยด้านพนักงาน              | พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย / ความรู้และความสามารถของพนักงาน / พนักงานมีความน่าเชื่อถือ / ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทที่ดีของพนักงาน |
| มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท   | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร  |
| มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท  | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร  |
| มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร  |
| มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป                 | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร  |

จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยรวมในลำดับแรกและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ วงเงินสินเชื่อไม่เกิน 3.0 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นลำดับแรก โดยมีปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ในเรื่องการให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ส่วนวงเงินสินเชื่อ 3.1-10.0 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อ 10.1-400.0 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นอันดับแรก โดยมีปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ในเรื่องความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 79 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ

| วงเงินสินเชื่อ      | ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาด   | ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก         |
|---------------------|--------------------------------|---|
| ไม่เกิน 3.0 ล้านบาท | ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ   | การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ |
| 3.1-10.0 ล้านบาท    | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร        |
| 10.1-400.0 ล้านบาท  | ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ | ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร        |

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อกับบมจ.ธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดราชบุรี ของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปี และวงเงินสินเชื่อ

จำแนกตามประเภทธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อยทุกปัจจัย โดยธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการผลิตและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ให้ความสำคัญปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยย่อยลำดับแรกในเรื่องสถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ ส่วนธุรกิจบริการ, รับเหมาก่อสร้าง, การพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก), เกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์ ให้ความสำคัญปัญหาด้านราคา ปัจจัยย่อยลำดับแรก ในเรื่องค่าธรรมเนียมจัดการให้สูงกว่าธนาคารอื่น เช่นเดียวกับ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ให้ความสำคัญปัญหาด้านราคา ปัจจัยย่อยลำดับแรก ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 80 แสดงปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ

| ประเภทธุรกิจ                | ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก   |
|-----------------------------|--------------------------------|---|
| อุตสาหกรรมการผลิต           | ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ      | สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ  |
| การบริการ                   | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น   |
| รับเหมาก่อสร้าง             | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น   |
| อสังหาริมทรัพย์             | ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ      | จำนวนสาขาของธนาคารมีน้อย ไม่เพียงพอในการใช้บริการ / สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ  |
| การพาณิชย์ (ค้าส่ง/ค้าปลีก) | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น   |
| เกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์     | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น   |
| อาหารทะเลแปรรูป             | ปัญหาด้านราคา                  | อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น / ค่าธรรมเนียมหนังสือค้ำประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น / ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น / ค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ประกันสูง/มากกว่าธนาคารอื่น / จำนวนเงินที่ผ่อนต้องงวดสูง/มากกว่าธนาคารอื่น |

จำแนกตามประเภทรายได้เฉลี่ยต่อปี จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อยทุกปัจจัย โดยรายได้เฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยลำดับแรก ในเรื่องหลักประกัน/ภาระค้ำประกันมากเกินไป รายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาทและ รายได้มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญปัญหาด้านราคา ปัจจัยย่อยลำดับแรก ในเรื่องค่าธรรมเนียมจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น ส่วนรายได้เฉลี่ยมากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท และมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยย่อยลำดับแรกในเรื่อง สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 81 แสดงปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทรายได้เฉลี่ยต่อปี

| รายได้เฉลี่ยต่อปี                         | ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก                |
|---|--------------------------------|---|
| ต่ำกว่า 1 ล้านบาท                         | ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์             | หลักประกัน/ภาระการค้ำประกันมากเกินไป            |
| มากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท   | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น |
| มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท  | ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ      | สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ                    |
| มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท | ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ      | สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ                   |
| มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป                 | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น |



จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับน้อยทุกปัจจัย โดยวงเงินสินเชื่อไม่เกิน 3.0 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัญหาด้านราคา ปัจจัยย่อยลำดับแรก ในเรื่องค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น ส่วนวงเงินสินเชื่อ 3.1-10.0 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อ 10.1-400.0 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยย่อยลำดับแรกในเรื่อง สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 82 แสดงปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก จำแนกตามประเภทวงเงินสินเชื่อ

| วงเงินสินเชื่อ      | ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก                |
|---------------------|--------------------------------|---|
| ไม่เกิน 3.0 ล้านบาท | ปัญหาด้านราคา                  | ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น |
| 3.1-10.0 ล้านบาท    | ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ      | สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ                   |
| 10.1-400.0 ล้านบาท  | ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ      | สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอ                   |

## อภิปรายผลการศึกษา

จากสรุปผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี โดยใช้แนวคิดด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ (2546 : 90 อ้างอิงจาก Kotler, 2003) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 7 Ps) ของ Philip Kotler ปี 2000: (อคุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543 : 312-314) และวรรณกรรมที่ได้ทบทวน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นอันดับแรก ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ คือความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ของธนาคารรองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านราคา สำหรับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา ไชยทิพย์ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ในระดับมากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งปัจจัยย่อยคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปริดา ชื่นจิตต์ศิริ ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังใช้บริการด้านสินเชื่อ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น การสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ตรงคุณค่า จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก คือ มีบริการที่ครบวงจร ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี คุรุขงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า เป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปริดา ชื่นจิตต์ศิริ ที่ศึกษาเรื่องความพึง

พอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังใช้บริการด้านสินเชื่อในระดับมากคือ ประเภทสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวมีให้เลือกใช้บริการหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา เป็นส่วนของต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าและบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน การตั้งราคาค่าบริการ มีการเรียกราคาของบริการได้หลายแบบ และราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ จำนวนเงินที่ผ่อนต้องงวด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ โกวิท มหินชัย ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้กับธนาคารเหมาะสมเป็นอันดับแรก และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปรีดา ชื่นจิตต์ศิริ ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังใช้บริการด้านสินเชื่อในระดับปานกลางคือ อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ เป็นกระบวนการการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ จากศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี ครุขงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปรีดา ชื่นจิตต์ศิริ ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังใช้บริการด้านสินเชื่อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ โกวิท มหินชัย ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อปัจจัยด้านการ

โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา ไชยทิพย์ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อ ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับน้อยและปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการใส่แผ่นพับ

ปัจจัยด้านพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก คือ ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปริดา ชื่นจิตต์ศิริ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบรรษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังใช้บริการด้านสินเชื่อ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง และยังสอดคล้องกับการศึกษาของชาติรี คุรุรงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการ ที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง และมารยาทที่ดีของพนักงาน เป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาติรี คุรุรงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับ การศึกษาของ ชลธิชา ไชยทิพย์ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก คือ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาติรี คุรุรงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ เป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปริดา ชื่นจิตต์ศิริ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ

ลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังใช้บริการด้านสินเชื่อในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้

สำหรับผลการศึกษา ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งปัญหาส่วนประสมการตลาดแต่ละปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาด้านราคา รองลงมาคือ ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านพนักงาน และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา ไชยทิพย์ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่ผู้ใช้บริการพบมากเป็นอันดับแรกคือ ปัญหาด้านราคาในการใช้บริการด้านสินเชื่อ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ หลักประกัน/ภาระการค้ำประกันมากเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี ครุชงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกคือ เอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อมีจำนวนมากมีความยุ่งยาก

ปัญหาด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่นเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี ครุชงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ยสูง/มากกว่าธนาคารอื่น

ปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี ครุชงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกคือ สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือไม่  
มีส่วนลดหรือไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี คุรุรงาม ที่ศึกษาเรื่อง  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของ  
ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด  
ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกคือ ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีการ  
ยกเว้นค่าธรรมเนียม

ปัญหาด้านพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ พนักงาน  
ให้บริการลูกค้าไม่เสมอภาค ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี คุรุรงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของ  
ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร  
ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกคือ มีพนักงานบริการไม่  
เพียงพอ

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
คือ ภายในธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม ชา กาแฟ หนังสือพิมพ์ วารสาร  
ต่างๆ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี คุรุรงาม ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ของ  
ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทาง  
กายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกธนาคารไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก  
เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม ชา กาแฟ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก  
คือ เอกสารยุ่งยากซับซ้อนในการทำนิติกรรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี คุรุรงาม ที่ศึกษา  
เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์  
ของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่าปัญหาด้านกระบวนการ  
ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกคือ การให้คำตอบใน  
การอนุมัติสินเชื่อล่าช้า

### ข้อค้นพบ

ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ ในเรื่องความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับในส่วนของ การให้ความสำคัญของปัญหาต่อความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และยังพบอีกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยได้แก่ การมีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม ซึ่งธนาคารควรมีการพัฒนา ปรับปรุง ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของผู้ใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในด้านปัญหาด้านราคา ซึ่งปัจจัยย่อยได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้สูง/มากกว่าธนาคารอื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.52 (ปานกลาง) และปัญหาด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งปัจจัยย่อยได้แก่ สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09 (ปานกลาง) เช่นกัน ซึ่งธนาคารควรมีการพัฒนา ปรับปรุง ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดราชบุรี สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุดดังนี้

#### 1. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญลำดับแรก คือได้จากประเภทอุตสาหกรรม, ระดับรายได้เฉลี่ยต่อปี และระดับวงเงินสินเชื่อของส่วนใหญ่ คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในเรื่องความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคารกสิกรไทย ดังนั้น ธนาคารจึงควรรักษาและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่ใช้บริการและมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## 2. ด้านผลิตภัณฑ์

ธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ในแต่ละประเภทธุรกิจ ระดับวงเงิน และระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีของลูกค้า ควรมีการพัฒนาการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต

## 3. ด้านพนักงาน

พนักงานของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทยควรมีทักษะ และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ที่สามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อได้ ธนาคารควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีใจรักการให้บริการ สร้างความพึงพอใจ และเกิดความประทับใจของลูกค้าให้มากขึ้น

## 4. ด้านกระบวนการให้บริการ

ธนาคารควรมีมาตรฐานการให้บริการที่รวดเร็วในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้ารวดเร็ว เช่น การแจ้งผลการอนุมัติวงเงินสินเชื่อได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคาร

## 5. ด้านสถานที่ให้บริการ

ธนาคารควรเพิ่มสาขารองรับลูกค้าในจังหวัดราชบุรี ให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีสาขาเพียง 4 แห่ง เท่านั้น เพื่อความสะดวกในการติดต่อ และสาขาควรมีสถานที่จอดรถเพียงพอในการรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

## 6. ด้านราคา

เพื่อความสามารถในการแข่งขันของธนาคาร และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของธนาคารให้มากขึ้น ธนาคารจึงควร

- ธนาคารจึงควรพิจารณาปรับลดค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ สำหรับลูกค้าของธนาคารที่ต้องการใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคาร เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกับธนาคาร
- ธนาคารควรพิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ย เพื่อที่จะช่วยแบ่งเบาภาระให้กับลูกค้า และยังเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามีความรับผิดชอบต่อการหนี้ที่มีกับธนาคาร



## 7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ธนาคารควรเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่และลูกค้าจะได้ทราบข้อมูลของธนาคารมากขึ้น  
ธนาคารควรมีการปรับปรุงดังนี้

- ธนาคารควรมีการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมครอบคลุมพื้นที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าเกิดแรงจูงใจในการใช้บริการกับธนาคารเพิ่มขึ้น
- ธนาคารควรมีการจัดสัมมนาลูกค้าผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มความรู้ในสถานะเศรษฐกิจและธุรกิจปัจจุบัน หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ธนาคารเสนอต่อลูกค้า เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกับธนาคารเพิ่มมากขึ้น