

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ       | ความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง และ<br>ขนาดย่อมของธนาคารไทยพาณิชย์ ในสังกัดสำนักงาน<br>ธุรกิจพระประโทน (นครปฐม) |
| ผู้เขียน                           | นายภาทิน พงศ์ธรรมาเดช  |
| ปริญญา                             | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ | รองศาสตราจารย์ อรพิณ สันติธีรากุล  |

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารไทยพาณิชย์ ในสังกัดสำนักงานธุรกิจพระประโทน (นครปฐม) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 151 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส จัดตั้งกิจการรูปแบบบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมานาน 16-20 ปี และมีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปีมากกว่า 200 ล้านบาท มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารไทยพาณิชย์ ประเภทวงเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี ในนามนิติบุคคล วงเงินสินเชื่อรวม 11-50 ล้านบาท ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์มา 1-5 ปี โดยใช้บริการที่สาขาสามพรานเป็นประจำมากที่สุด

สำหรับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารไทยพาณิชย์ ในสังกัดสำนักงานธุรกิจพระประโทน(นครปฐม) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ มีเพียงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่มีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก มีดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องมีสาขาให้บริการครอบคลุมพื้นที่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง

ชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดี ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการให้บริการไม่มีความผิดพลาด ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องมีการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ลูกค้า

สำหรับปัญหาในการให้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารไทยพาณิชย์ ในสังกัดสำนักงานธุรกิจพระประโทน(นครปฐม) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนปัญหาที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ปัญหาด้านบุคลากรปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สำหรับปัญหาในแต่ละด้านที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก มีดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องกำหนดเงื่อนไขสินเชื่อเข้มงวดเกินไป ปัญหาด้านราคา ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการอนุมัติสินเชื่อมีความล่าช้า ปัญหาด้านบุคลากร ในเรื่องมีจำนวนพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องไม่มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องธนาคารมีชื่อเสียงในทางไม่ดี ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องขาดข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Independent Study Title</b>   | Customers Satisfaction Towards Small and Medium Enterprises Credit of Siam Commercial Bank (Public) Company Limited in Prapathon (Nakhonpathom) Business Relationship Center |
| <b>Author</b>                    | Mr. Pakin Pongthornparadech  |
| <b>Degree</b>                    | Master of Business Administration  |
| <b>Independent Study Advisor</b> | Associate Professor Orapin Santidhirakul   |

## ABSTRACT

This independent study aimed to investigate customer satisfaction towards Small and Medium Enterprises Credit of Siam Commercial Bank (Public) Company Limited in Prapathon (Nakhonpathom). Data collection was done through questionnaires distributed to 151 customers; then, the obtained data were analyzed by using the descriptive statistics including frequency, percentage and means.

Based upon the studying results, most respondents were 41-50 years old married male having launched the business in a form of Company Limited for 16 – 20 years in duration and earning an annual income from the business at the amount of over than 200 millions baht. They applied for the juristic overdraft credit with Siam Commercial Bank for 1-5 years and were allowed to get the amount of credit at 11 – 50 million baht in total. Branch of the bank where they regularly visited was found at Sam Pran branch.

The findings on customer satisfaction towards small and medium enterprises credit of Siam Commercial Bank (Public) Company Limited in Prapathon (Nakhonpathom) Business Relationship Center showed that respondents rated their satisfaction at high level. The respondents rated their high satisfaction on the following service marketing mix factors: place, physical evidence and presentation, people, process, product and price, respectively. However, they satisfied with the promotion factor at moderate level.

Hereafter were shown the first satisfied sub-element of each factor. In place factor, the first satisfaction was rated for the coverage of bank's branches in all needed areas. In physical evidence and presentation factor, the first satisfaction was rated for the bank's fame. In product factor, the first satisfaction was rated for the variety of credit types. In people factor, the first satisfaction was rated for generosity, kind human relations and good manner of staff. In process factor, the first satisfaction was rated for the accuracy in providing services. In price factor, the first satisfaction was rated for the interest rates. In promotion factor, the first satisfaction was rated for the seminar arrangement to gain customer knowledge and understanding.

Regarding the study of problem on services from the Small and Medium Enterprises Credit of Siam Commercial Bank (Public) Company Limited in Prapathon (Nakhonpathom), the results indicated that the respondents averagely ranked the importance on overall problems in moderate level. Considering in each factor, levels of importance were differently ranked as follows. In product factor, the level of importance on its problems was ranked at high. In the meanwhile, Problems found in factors namely price, process, place, physical evidence and presentation, people, and promotion were respectively ranked at moderate level of importance.

The first important problem found in each factor was presented as follows. In product factor, the first important problem was the over restriction on credit conditions. In price factor, the first important problem was the higher interest rates comparing to other banks. In process factor, the first important problem was the delay in approving credit request. In people factor, the first important problem was the insufficient number of staff. In place factor, the first important problem was the insufficient space for parking. In physical evidence and presentation, the first important problem was the negative reputation of the bank. In promotion factor, the first problem was the absence of updated information.