

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจรายปลีกต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)เก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจรายปลีก จำนวน 335 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี การศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ลักษณะการก่อตั้ง หรือจดทะเบียนของกิจการคือ บุคคลธรรมดา ระยะเวลาเปิดดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน เกิน 15 ปี ส่วนใหญ่ประเภทของธุรกิจเป็นธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง โดยมีเงินลงทุนในกิจการหรือทุนจดทะเบียนของกิจการในปัจจุบัน ตั้งแต่ 1 ล้านบาท - ไม่เกิน 3 ล้านบาท และมีรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี 10-20 ล้านบาท โดยมีระยะเวลาการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 7-10 ปี ประเภทบริการสินเชื่อที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบันคือกู้เบิกเงินเกินบัญชี (โอ.ดี) และมีวงเงินสินเชื่อปัจจุบันที่ใช้บริการกับธนาคารต่ำกว่า 3 ล้านบาท ระยะเวลาที่ธนาคารใช้พิจารณาอนุมัติวงเงินสินเชื่อของครั้งล่าสุดคือ 16-30 วัน ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดทราบแหล่งข้อมูลบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จากพนักงานธนาคาร โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) มากที่สุดคือ ธนาคารมีจำนวนสาขามาก ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ และเคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นนอกจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยธนาคารอื่นที่ให้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารกรุงไทย

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือธนาคารมีสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้เลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตาม ภาวะการณ์ตลาด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สิทธิพิเศษลูกค้าได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการสินเชื่อ

ปัจจัยด้านพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสพูดจาดีและแต่งกายเหมาะสมมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ธนาคารมีความมั่นคงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการด้านสินเชื่อ

สำหรับปัญหาที่พบในการให้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก ไม่มีพนักงานจัดรถเพียงพอ รองลงมา เอกสารที่ใช้ประกอบการขออนุมัติสินเชื่อมีจำนวนมากเกินไปทำให้ยุ่งยาก และพนักงานสินเชื่อมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยมาก ทำให้การดูแลขาดความต่อเนื่อง และค่าธรรมเนียมการประเมินราคาหลักประกันของบริษัทฯ และระยะเวลาการอนุมัติสินเชื่อล่าช้า

ABSTRACT

202168

The objective of this study was to investigate customer satisfaction on credit services of Sanpakoi Business Center , Bangkok Bank Public Company Limited , Chiang Mai province. Data collection was done through questionnaire distributed to 335 retailed entrepreneurs. Given data was, then, analyzed by the descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

According to the findings, most respondents were male in the ages between 41 – 50 years old with Bachelor's degree. Their businesses were mostly registered in the form of entrepreneurship of registration and had been operated for more than 15 years. Their business were found in retailed and wholesale categories, with 1 to less than 3 million baht for business capital fund or business registration, and with 10 – 20 million baht for its annual selling point. The majority had applied for the credit services from Bangkok Bank Public Company Limited for 7 – 10 years. The sub-type of services they had taken from the bank the most was overdraft (O.D) credit service. Recently, their credit limit was at the amount of 3 million baht under the approval periods of 16 – 30 days. Most of them learned about credit service of the bank from bankers and the primary reason in using the credit service from the mentioned bank was given to the convenience in receiving services as a result of a large number of its branches. The

majority used to take credit services from other banks or financial institutes and Krung Thai bank was the bank where they mostly took the service from.

Based upon the study results, the respondents rated their satisfaction towards service marketing mix factors had total average at high level for factors namely place, physical evidence and presentation, product/service, promotion, people, process, and price, in orderly.

In terms of service, the highest satisfaction was paid to the short-term and long-term credit services available.

In terms of price, the highest satisfaction was paid to the changes of interest rate in according to the real market situation.

In terms of place, the highest satisfaction was paid to the location of bank where customers felt easy to reach to.

In terms of promotion, the highest satisfaction was paid to the privilege which allowed customers to get the credit service charge waive.

In terms of people, the highest satisfaction was paid to the good personality with friendliness and politeness of the bankers, including the proper dressing of bankers which helped strengthening the reliability of the bankers themselves.

In terms of physical evidences and presentation, the highest satisfaction was paid to the stability, fame, and good image of the bank itself.

In terms of process, the highest satisfaction was paid to the convenience that customers got while doing transactions with the bank.

The first three problems found in the mentioned service were about the insufficient parking lots, the complexity of documentation process caused by the require of several supportive documents using for credit approval request, the too much rotation of staff which led to the lack of continuity in taking care of customers, the charge rate for asset assessment, and the delay found in the credit approval process.