

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 312 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เป็นเจ้าของกิจการ มีลักษณะธุรกิจเป็นการค้าส่ง มีระยะเวลาดำเนินกิจการ มากกว่า 10 ปี ลักษณะการจดทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดา เมื่อสอบถามถึงสินทรัพย์ของกิจการ พบว่ามูลค่าสินทรัพย์ถาวรส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ล้านบาท จำนวนแรงงานในกิจการ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 คน มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท โดยที่ตั้งของกิจการตั้งอยู่ในอำเภอที่ติดกับอำเภอเมือง ระยะเวลาการใช้บริการสินเชื่อ 5 ปีขึ้นไป

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ ปัจจัยทางด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้มีความเหมาะสม ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ จำนวนสาขาที่ให้บริการของธนาคารมีมาก ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สินเชื่อและบริการทางการเงินผ่านสื่อเช่น วิทยุ โทรทัศน์ วารสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต ปัจจัยทางด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ให้บริการได้อย่างถูกต้อง ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ขั้นตอนที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความสะดวก ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ที่ตั้งของสำนักงานบริการสินเชื่อและสาขาที่ใช้บริการมีความสะดวก สำหรับปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ดีขึ้น ทำให้มีความต้องการในการลงทุนในธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ กิจการมีแนวโน้มทางธุรกิจดีขึ้น ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ผู้มีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจของกิจการของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธนาคารทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อจากธนาคาร ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ พนักงานผู้ให้บริการของธนาคารมีความเชี่ยวชาญ

The purpose of this independent study was to investigate the marketing mix factors affecting the decisions towards selection of agro-industry commercial loan services of Krung Thai Bank Public Company Limited's customers in Mueang Chiang Mai District. The data was collected from 312 consumers by interviewing with questionnaires. The majority of the respondents were in the age range between 40 – 49 years with Bachelor's degree educational level or equivalent. Their businesses were in wholesale which operated for more than 10 years. The type of registration was individual. It was found that most of fixed assets are less than 30 millions baht after the enquiries of business asset and duration of loan service were made. There were less than or equal to 15 workers in the business with the income level of less than or equal to 10 million baht. The location of the businesses was in the vicinity of Mueang District with loan services duration of more than 5 years.

In term of the marketing mixed factors, the respondents had given priority for all seven aspects of marketing mixed factors as following. For product factor, the respondents had given the first priority for the credit limit amount which was approved to the required amount. This was compared to the price factor in which the respondents had given the first priority to the appropriate level of fee for loan management procedure. In case of distribution venue or place

factor, the respondents had given the first priority for the abundant of servicing bank branches that provided the loan service. For market promotion factors, the respondents had given the first priority for the advertisement of loan and financial services via radio, television, journal, brochure and internet. In term of personal factor, the respondents had given the first priority for the qualified staff who could provide the service correctly. These were compared to process factor in which the respondents had given the first priority for the convenient steps involved with loan approval process. In term of physical environment factor, the respondents had given the first priority for the convenient access of the loan service offices and branch sites. The other factors that influenced decision towards selection of loan service were rated highly for all four aspects as the following. In term of environmental factor, the respondents had given the first priority for the improved economic circumstance at the present which required business investment. For internal organization factor, the respondents had given the first priority for the organization that had the better business tendency. In case of personal relationship factor, the respondents had given the first priority for the executives who had the good relationship with the bank and the authority to make decision for application of loan service. Lastly, for specific individual factor, the respondents had given the first priority for the expertise of staff that provided the service.