

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ และปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือลูกค้ารายใหญ่ทั้งหมดในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีทั้งหมด 80 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษามีดังนี้

ด้านข้อมูลลักษณะธุรกิจ พบว่าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั่วไป มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 21 ปีขึ้นไป ไม่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนต่างชาติ มียอดขายต่อปีระหว่าง 100-200 ล้านบาท และธุรกิจจะมีการใช้สินเชื่อด้านเงินเบิกเกินบัญชีมากกว่าสินเชื่อด้านอื่น ๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แบ่งเป็นปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และปัจจัยด้านอื่น ๆ ปรากฏผลจากการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ย MLR ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องข้อมูลสารสนเทศครบถ้วนเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอ และถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท กับปัจจัยด้านการตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขาเป็นลำดับแรกเท่ากัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านอื่นๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารเป็นลำดับแรก

ปัญหาที่พบในการเลือกใช้สินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ เป็นลำดับแรก

ABSTRACT

TE 134657

The objectives of this independent study were to study the factors influencing the selection of Thai Farmers Bank Public Company Limited's (TFB) in business credit services and the problems of the key customers in northern region.

The population of this research were 80 customers from 14 provinces in the northern region of Thailand. The questionnaires were used to collect data. The data were analyzed by using descriptive statistics such as percentage, frequency and mean.

The study showed that the majority of the target group were the construction company, most of them had more than 21 years of experience, registered as a company, and no joint – venture with foreigners. In addition, this group had income range from 100 to 200 million baht, also used Overdraft type (O/D) of credit service more than other types.

Factors influencing the selection of Thai Farmers Bank Public Company Limited's in business credit services compose of service marketing mix factors and other factors, the results from this study showed that most of the customers gave the first priority to each factor as following :

The product factors was credit limit offered from bank. The price factors was the interest rate of MLR. The place factors was the worldwide networks of the bank. The promotion factors was the bank had fully and completely information. The personnel factors were the consistency and accuracy of the Corporate Client Relationship Department staff, and also the way to response and speed in problems solving of branch staff . The process factors was the speed of services.

For the other factors was the stability of the bank.

The problem that most of the target group found in the first rank was TFB had interest rate higher than other banks.