

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 174 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 30 - 39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 - 45,000 บาทโดยอยู่ในประเภทธุรกิจค้าและสิ่งทอและมีทุนจดทะเบียนของกิจการตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ถึง 5 ล้านบาท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ความมั่นคง ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของธนาคาร ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ การให้ข้อมูล และการให้คำแนะนำโดยพนักงานที่สาขา ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์และเป็นกันเองของพนักงาน ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ และปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ การมีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย

ปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ การไม่มีเงื่อนไขพิเศษในการขอสินเชื่อ หรือมีน้อยเกินไป ปัญหาด้านราคา อันดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ยสูง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ สถานที่จอดรถคับแคบ ไม่เพียงพอต่อการจอด ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ มีไม่เพียงพอ ปัญหาด้านบุคลากร อันดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในบริการที่เพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ อันดับแรกคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ นาน และปัญหาด้านการสร้างและการเสนอหลักฐานทางกายภาพของการให้บริการ อันดับแรกคือ เครื่องมือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าไม่เพียงพอให้ระหว่างลูกค้ารอรับบริการ

ABSTRACT

TE 154542

This independent study intended to explore service marketing mix factors affecting the decision of customers on using export loan services of Bangkok Bank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province and to study customer's problems on using the export loan services. The data were collected by inquiring 174 customers of the export loan services. The data were then analyzed in terms of frequency, percentage, and mean.

The results of the study were that most of the respondents were male aged between 30-39 years, holding Bachelor Degrees and positioning in owner business. Their income per month ranged from 30,001-45,000 baht. The majority of business type was clothing & textiles and authorized capital ranged from 1,000,001-5,000,000 baht.

Regarding the study of factors of service marketing mix affecting the decisions on using the export loan services, it was found that the respondents regarded several factors including people and process, price, product, , physical evidence and presentation, promotion and place as a high importance level respectively.

In product factor, the highest average importance level of sub-factor was famous, stability and image. In price factor, the highest average importance level sub-factor was interest rate. In place factor, the highest average importance level sub-factor was adequacy or convenient of parking lot. In promotion factor, the highest average importance level sub-factor was information at bank. In people factor, the highest average importance level sub-factor was human relation of officers. In process factor, the highest average importance level sub-factor was convenient of contact. In physical evidence and presentation factor, the highest average importance level sub-factor was office equipments.

The findings of problems in using the export loan services of Bangkok Bank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province showed that the problems most frequently found by the customer were as follows: Product factor, the problem was none or inadequacy of special offers with export loan. For price factor, the problem was high interest rate. For place factor, the problem was inadequacy or inconvenient of parking lot. For promotion factor, the problem was inadequacy of outside public relation. For people factor, the problem was the lack of service knowledge. For process factor, the problem was the time of loan approval. For physical evidence and presentation factor, the problem was inadequacy of customer's comfortable equipments.