

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโครงการธนาคารประชาชน ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 365 ราย โดยใช้วิธีคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา(Quota Sampling) จากสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนที่ได้รับอนุมัติเงินกู้แล้ว และเข้ามาใช้บริการที่ธนาคารออมสินทั้ง 3 สาขาภายในจังหวัดสมุทรสาคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 365 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบธุรกิจประเภทบริการ/รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท เป็นสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนมากกว่า 24 เดือน ได้รับอนุมัติเงินกู้จำนวน 10,001 - 15,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน และส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการใช้บริการจากพนักงาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโครงการธนาคารประชาชน ในจังหวัดสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก จำนวน 4 ปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นลำดับแรกในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง มีมารยาทดี รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการบริการในเรื่องมีความถูกต้องเชื่อถือได้ ไม่มีข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการในเรื่องทำเลที่ตั้งของธนาคารเดินทางไปมาสะดวก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องวงเงินให้กู้ยืม ตามลำดับ ส่วนที่เหลือมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปานกลาง จำนวน 3 ปัจจัย เรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในเรื่องมีอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ทันสมัย ปัจจัยด้านราคาในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในเรื่องการลดดอกเบี้ยให้เมื่อเป็นลูกค้าชั้นดี

ปัญหาที่พบและมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโครงการธนาคารประชาชน มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ วงเงินให้กู้ยืมน้อย/ไม่ตรงกับความต้องการ ปัญหาด้านราคาปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ การลดดอกเบี้ยให้เมื่อเป็นลูกค้าชั้นดีน้อย ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ไม่มีอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ทันสมัย ปัญหาด้านช่องทางการให้บริการปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารเดินทางไปมาไม่สะดวก ปัญหาด้านกระบวนการบริการปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ขั้นตอนต่าง ๆ ในการขอกู้ยุ่งยาก ส่วนปัญหาด้านผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยปัญหาย่อยเฉลี่ยอันดับแรก คือ พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ

The purpose of this study was to investigate the service marketing mix factors affecting the customers' decision to use the service of the People Bank Project of Samut Sakhon Province. In the light of accidental sampling, the participants were limited to 365 people and were randomly selected from the members of the project who used the service of three Government Saving Banks in Samut Sakhon Province and whose loans were approved of. The elicitation tool used in this study was questionnaire. Data analysis was done by employing descriptive statistics, that is, frequency, percentage and means.

The study showed that most respondents were single married female and aged between 30 and 39 years old. They had primary school education and worked in service sectors. They earned approximately 5,001-10,000 baht a month and were the members of the project more than 24 months. Their approved loan sum was 10,001 – 15,000 baht. The purpose for loaning was for working capital, and they were informed about the project from the bank's staff.

It was also found that there were four marketing mixed factors affecting the customers' decision to use the service of People Bank Project with the highest means. They could be arranged in descending order as follow: personnel factor (service staff), service process factor, outlet factor, and product factor. The sub-factor of personnel was interpersonal skills and good manner of staff. The staff. The sub-factor of service process was accuracy, reliability and flawlessness of service. The sub-factor of service channel was convenient bank location for customers to get access to. The sub-factor of product was limit credit. There were also three factors with medium means, and they could be arranged in descending order as follow: physical environment factor, price factor, and promotion factor. The sub-factor of physical environment was state-of-the-art equipments. The sub-factor of price was loan interest rate. The sub-factor of promotion was minimum loan rate (MLR).

However, it was found that problems affecting the customers' decision to use the service of the People Bank Project had medium means. They could be arranged in descending order as follow: product factor, price factor, promotion factor, physical environment factor, service channel factor, service process factor. The sub-problem of product with the highest means was little credit limit/ loan not fitting the loaner's need. The sub-problem of price with the highest means was high interest rate. The sub-problem of promotion with the highest means was high MLR. The sub-problem of physical environment with the highest means was out of date equipment. The sub-problem of service channel with the highest means was inconvenient bank location for customers to get access to. The sub-problem of service process with the highest means was complicated loan application process. As for the personnel factor, it had low means. The sub-problem of personnel with the highest means was insufficient service staff.