

บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อ
 ธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค
 โดย : นางสาว ปวีตรา ภูตสนอง
 สาขาวิชาเอก : การเงินและการธนาคาร
 อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา :
 (ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก)
//

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค จากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค จำนวน 400 ราย โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ผลการสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค เป็นรายด้าน มากที่สุดดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านกระบวนการบริการ ($\bar{X} = 4.58$) อันดับที่ 2 ด้านราคา ($\bar{X} = 4.56$) อันดับที่ 3 ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.51$) อันดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.50$) อันดับที่ 5 ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.47$) อันดับที่ 6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.40$) และอันดับที่ 7 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.34$) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค 5 ลำดับแรก คือ อันดับ 1 ท่านใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแคเพราะเงื่อนไขการผ่อนชำระ และระยะเวลาปลอดเงินต้นสอดคล้องกับความสามารถของผู้กู้ ($\bar{X} = 4.76$) อันดับ 2 ท่านใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค เนื่องจากพนักงานเอาใจใส่และตอบสนองการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.74$) อันดับ 3 ท่านใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค เนื่องจากพนักงานมีจรรยาบรรณในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.68$) อันดับ 4 ท่านใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแคเพราะสัดส่วนวงเงินกู้สอดคล้อง

กับหลักประกัน ($\bar{X} = 4.62$) อันดับ 5 ท่านใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค เนื่องจากการอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็วทันต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.60$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สินเชื่อ ธนาคารกรุงไทย



ABSTRACT

Title : Marketing-Mix factors influencing Customer Preferences in Using Lending Services at Krungthai Bank, Seacon Bangkhae Branch

Author : Ms. Pawitra Poolsanong

Major : Finance and Banking

Independent Study Advisor :

(Dr. Pichet Musikapoduk)

.....//

This research study aims to examine marketing-mix factors influencing customer preferences in using lending services at Krungthai Bank, Seacon Bangkhae branch. A total of 400 samples were randomly selected using random sampling method. A set of questionnaires is utilized as a tool to collect data. The analyses of data were conducted using statistical techniques: frequency, percentage, mean and standard deviation. The multiple regression analysis is employed to test the hypothesis.

The results and findings indicate that the majority of the participants were married females aged ranging from 31 – 40 years old. They finished at least a Bachelor's Degree. They monthly income ranges 20,001 – 30,000 baht. The marketing-mix factors influencing customer preferences in using lending services at Krungthai Bank, Bang Khae branch rank as follows: procedures ($\bar{X} = 4.58$), price ($\bar{X} = 4.56$), people ($\bar{X} = 4.51$), promotion ($\bar{X} = 4.50$), product ($\bar{X} = 4.47$), physical evidence ($\bar{X} = 4.40$) and place ($\bar{X} = 4.34$), respectively.

The correspondents' preferences towards lending services provided by Krungthai Bank, Seacon Bang Khae branch rank as follows: Instalment conditions and grace period are in line with lendees' capabilities ($\bar{X} = 4.76$), the bank's staff provide satisfactory services ($\bar{X} = 4.74$), the bank's staff are honest and provide services with career ethics ($\bar{X} = 4.68$), the bank's loan amount was in line with lending agreement or loan collateral ($\bar{X} = 4.62$) and the bank provides fast lending approval ($\bar{X} = 4.60$), respectively.

The tested hypothesis signifies that the marketing-mix factors — price and promotion — play the most important role in customer preferences towards lending services at Krungthai Bank, Seacon Bangkhae branch at a statistical significance level of 0.05

Keywords: Marketing-mix factors Loan Krungthai Bank

