

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ลูกค้าใช้บริการ 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้า 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยที่ใช้บริการ 7) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ใช้บริการของลูกค้า และ 8) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้า 383 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test, F-test, LSD., Chi-Square และ Correlation.

ผลงานวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเลือกเงื่อนไขการกู้ไม่จำกัดคุณสมบัติของผู้กู้มากเกินไป อัตราดอกเบี้ยมีให้เลือกหลายประเภท อัตราค่าธรรมเนียมบริการในการขอสินเชื่อต่ำ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ มีบริการในการจัดส่งเอกสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบ และ ให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย
2. ระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และ ด้านการควบคุมคุณภาพ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่าธนาคารมีการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ ด้านการให้บริการ และด้านเครื่องมือเทคโนโลยีต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
4. ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. ลูกค้าที่เลือกเงื่อนไขของสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม การบริการข่าวสารสินเชื่อ และการรับรู้ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคารต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยที่ใช้บริการของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
8. ระดับความคิดเห็นของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

This research aimed to : 1) study the factors of using services of customers; 2) examine the levels of opinions of customers; 3) examine the levels of satisfaction of customers; 4) compare the levels of opinions based on personal factors; 5) compare the levels of satisfaction to personal factors; 6) compare the levels of satisfaction to service factors; 7) examine the relationship between personal factors and service factors; and 8) find the relationship between the level of opinion and the levels of satisfaction. The sample group consisted of 383 customers. The research tools were percentage, means, standard deviation, t-test, F-test, LSD., Chi-Square, and Correlation.

The findings indicated the followings:

1. Regarding factors of using services, most of the customers chose the bank loan which did not set many conditions on the borrower's qualifications. There were various types of interest. The bank loan fee was low. The bank officials were active and willing to give services. Details of profits, privileges, and changes were sent to inform the customers. There was a service of housing loans.

2. Concerning the level of customer' opinion on planning, organization management, motivation, and quality control, the result revealed that the customers found that the bank offered services in a high level in every aspect.

3. As for the customer's satisfaction, work performance of the staff, information on giving and receiving services, and technology equipment, they were found in a high level. Regarding the office building and places, the customers were satisfied in a moderate level.

4. Difference in age, occupation, and monthly income yielded different opinions with statistically significant level at 0.05.

5. Difference in age, educational background, occupation, and monthly income yielded different satisfaction with statistically significant level at .05.

6. Difference in the condition of the credit, interest rate, fee, information credit news, the awareness of fame acknowledgement and the stability of the bank yielded different satisfaction with statistically significant level at .05.

7. Personal factors related to the service factors with statistically significant level at .05.

8. The customers' levels of opinion related to the levels of satisfaction with statistically significant level at .01.