

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสำนักงานฯ 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจการใช้บริการสำนักงานฯ 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ 7) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ 8) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจกับระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t – test, One-way ANOVA, ไค-สแควร์ และความสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการสำนักงานฯ คือ มีทั้งขอรับบริการส่งเสริมการลงทุนและค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ 2-3 ครั้ง/เดือน มาติดต่อด้วยตนเอง ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ติดต่อกองบริหารงานสิทธิและประโยชน์ และได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต
2. ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก
3. ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจการใช้บริการ ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก
4. เพศและอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการสนใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. สาเหตุที่ใช้บริการต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ กระบวนการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการใช้บริการ/เดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่และกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน ลักษณะการใช้บริการ สถานที่/กอง/หน่วยงานที่ติดต่อ ต่างกันมีระดับความพึงพอใจทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
7. เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะการมาใช้บริการ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการใช้บริการ/เดือนและข้อมูลข่าวสาร ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่มาใช้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่/กอง/หน่วยงานที่ติดต่อและข้อมูลข่าวสาร สถานภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการใช้บริการ/เดือน ช่วงเวลาการมาใช้บริการและข้อมูลข่าวสาร อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสาร
8. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์กับด้านการสนใจ และการควบคุมคุณภาพ อยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นอยู่ในระดับต่ำถึงต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

This study aimed to 1) examine customers' behavior in using the services provided by the Office of the Board of Investment; 2) investigate the customers' level of opinion towards the management of the organization; 3) study the customers' level of service satisfaction; 4) compare the customers' level of opinion on the management in relation to their personal factors; 5) compare the customers' level of service satisfaction in relation to their personal factors; 6) compare the customers' level of service satisfaction in relation to their behavior in using the service; 7) examine the relationship between the customers' personal factors and their behavior in using the services; and 8) study the relationship between the customers' level of service satisfaction and their levels of opinions on the management. The sample group consisted of 400 customers. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis was performed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, the Chi-square test, and the Pearson correlation coefficient. The findings were as follows:

1. The examination of the customers' behavior in using the services showed that the customers used investment promotion and information services 2-3 times a month. They contacted BOI at its office by themselves between 10.01-12.00 hours. They contacted the Services and Public Utilities Division and received related news and information via the internet.
2. The customers' level of opinion on the management was high regarding all of the four aspects.
3. The customers' level of service satisfaction was high towards all of the four aspects.
4. Difference in the customers' gender and age resulted in difference in their opinions on the motivation with a statistically significant level of 0.05.
5. Differences in the customers' personal factors did not yield any difference in their satisfaction levels with a statistically significant level of 0.05.
6. Differences in the customers' reasons for using the services resulted in differences in their level of satisfaction towards the staff, service procedures, and public relations. Difference in the customers' frequency of using the services in a month resulted in differences in their levels of satisfaction towards the staff and service procedures. Differences in types of services used, and the place/division/unit contacted by the customers resulted in difference in their levels of satisfaction towards all of the aspects with a statistically significant level of 0.05.
7. The customers' gender related to types of services used. Their age did not relate to their frequency of using the services in a month and information received. Their educational background related to reasons for using the services. Their average monthly income did not relate to the place/division/unit contacted and information. Their status related to their frequency of using the services in a month. The period of time as well as their occupation did not relate to information received.
8. The relationship between satisfaction towards public relations & motivation and quality control was found at a moderate level, while other relationships were found at a low and the lowest levels with a statistically significant level of 0.01.