

## บทคัดย่อ

173824

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าสินเชื่อธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 3) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ 7) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าสินเชื่อธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 8) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 รวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการภาคนครหลวง 2 ของธนาคารออมสิน จำนวน 5 ศูนย์ รวมแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่า t-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ด้วยค่า F-test หาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Moment Correlation Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในเรื่อง ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ตั้งแต่ 3-6 ปี ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ สินเชื่อเคหะ สาเหตุการมาใช้บริการ เนื่องจากความมั่นคง ชื่อเสียงธนาคาร การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/ญาติ มากที่สุด

2. ลูกค้าสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ 4 ด้าน โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสินเชื่อที่ให้บริการ และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนให้บริการสินเชื่อ และด้านสถานที่/วัสดุอุปกรณ์

3. ลูกค้าสินเชื่อ มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดองค์การ และด้านการจูงใจมาใช้บริการ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน และด้านการควบคุมคุณภาพ

4. ลูกค้าสินเชื่อที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อแตกต่างกันทุกด้าน ลูกค้าที่มีเพศ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ ด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่แตกต่างกัน และลูกค้าที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ ด้านสินเชื่อที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

5. ลูกค้าสินเชื่อที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกันทุกด้าน ลูกค้าที่มีเพศ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการจูงใจมาใช้บริการ และด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอายุ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการจัดองค์การ และด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหาร ด้านการจูงใจมาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีรายได้ แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน และด้านการจูงใจมาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

6. ลูกค้าสินเชื่อที่มีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่อง ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ สาเหตุการมาใช้บริการ และการรับรู้ข่าวสาร แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อไม่แตกต่างกันทุกด้าน ส่วนลูกค้าสินเชื่อที่มีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่อง ระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ แตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านสถานที่/วัสดุอุปกรณ์

7. สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วน เพศ และอายุของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

8. การบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจมาใช้บริการ และการควบคุมคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อธนาคารออมสิน

## ABSTRACT

173824

The research aims to: 1) examine service use behavior of credit customers of the Government Savings Bank at Nakhornluang Region 2; 2) study the customers' levels of satisfaction towards credit services of the Government Savings Bank at Nakhornluang Region 2; 3) investigate the customers' levels of opinions on management of the Government Savings Bank at Nakhornluang Region 2; 4) compare the customers' levels of satisfaction towards credit services of the Government Savings Bank, categorized by their personal factors; 5) compare the customers' levels of opinions on management of the Government Savings Bank, categorized by their personal factors; 6) compare the customers' levels of satisfaction towards credit services of the Government Savings Bank, categorized by their service use behavior; 7) examine the relationship between the personal factors and service use behavior of the credit customers of the Government Savings Bank at Nakhornluang Region 2; and 8) study the relationship between the levels of opinions on management and levels of satisfaction of the credit customers of the Government Savings Bank at Nakhornluang Region 2. Data was gathered from people using services of five credit and overdraft services business centers of the Government Savings Bank at Nakhornluang Region 2. 400 questionnaires were distributed. The data was analyzed with statistical methods of percentage, arithmetic means, and standard deviation. Differences were compared using t-test. One-way ANOVA was analyzed using F-test to define relationship with chi-square values at a significant score of 0.05. The relationship was then determined using Pearson's Moment Correlation Analysis at a significant score of 0.01.

173824

Findings indicated that:

1. The study on the customers' service use behavior indicated that their custom periods ranged from three to six years. They primarily used housing loans. Reasons for using the services were stability, the bank's reputation, and information obtained from their friends/relatives.

2. The credit customers showed satisfaction towards four aspects of credit services. The satisfactions towards staff providing services and credit services offered were at a high level. The satisfaction towards the credit providing process and facilities were, however, at a moderate level.

3. The credit customers indicated satisfaction towards four aspects of the management, which their satisfaction towards two of the aspects—governance and service use motivation—were at a high level, whereas that towards the other two aspects—planning and quality control—were at a moderate level.

4. Difference in the credit customers' personal factors: age, education levels, occupations, and incomes resulted in difference in levels of satisfaction towards all aspects of credit services. Difference in the credit customers' personal factors: gender did not result in difference in levels of satisfaction towards credit services in the staff providing services. Difference in the credit customers' personal factors: status did not result in difference in levels of satisfaction towards credit services in the credit services.

5. Difference in the credit customers' personal factors: occupations resulted in difference in levels of opinion on all aspects of the management. Difference in the credit customers' personal factors: gender did not result in difference in levels of opinion of the management in service use motivation and quality control. Difference in the credit customers' personal factors: age did not result in difference in levels of opinion of the management in planning. Difference in the credit customers' personal factors: status did not result in difference in levels of opinion of the management in governance and quality control. Difference in the credit customers' personal factors: education levels did not result in difference in levels of opinion of the management in service use motivation. Difference in the credit customers' personal factors: incomes did not result in difference in levels of opinion of the management in service use motivation in planning and service use motivation.

6. Difference in the customers' service use behavior in terms of types of credit services used, reasons for service use, and information receiving did not result in difference in levels of

satisfaction towards credit services. However, difference in the customers' service use behavior in terms of custom periods resulted in difference in levels of satisfaction towards credit services in place/tools.

7. The customers' status, education, occupations, and incomes did not relate to the service use behavior, while their gender and age did.

8. Four aspects of the management, which were planning, governance, service use motivation, and quality control, related to satisfaction levels of the credit customers of the Government Savings Bank.