

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานสาขา และลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์บริการธุรกิจอยุธยา ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 135 คน ประกอบด้วยพนักงาน จาก 8 สาขา จำนวน 31 คน ลูกค้าที่อยู่ในความดูแล จำนวน 104 คน และผู้บริหารศูนย์บริการธุรกิจ จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test, F-test และจำแนกความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของพนักงานสาขา ตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท ร้อยละ 83.90 การเชิญเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการธุรกิจพบลูกค้าภายใน 1 สัปดาห์ ร้อยละ 45.20 และศูนย์บริการธุรกิจให้การสนับสนุนระดับปานกลาง ร้อยละ 54.80 ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ด้านเงินกู้ทั่วไป ร้อยละ 56.70 ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ร้อยละ 43.30 และการตอบสนองการใช้บริการของลูกค้ามีระดับปานกลาง ร้อยละ 49.00
2. ความพึงพอใจของพนักงานสาขาในการใช้บริการสินเชื่อทางด้านการตลาด มีระดับปานกลาง ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อมีระดับมาก และด้านบุคลากร มีระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับปานกลาง ด้านราคามีระดับปานกลาง ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อ มีระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับปานกลาง และด้านบุคลากรมีระดับมาก

3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของพนักงานสาขา ทั้งเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและตำแหน่งงานต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่ต่างกัน ส่วนระดับประสิทธิภาพการทำงานต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันสำหรับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ทั้งเพศ อายุ สถานภาพสมรสและรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่าง ส่วนระดับการศึกษาและประสิทธิภาพการทำงานต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่างกัน

4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของพนักงานสาขา กับระดับความพึงพอใจ ด้านวงเงินสินเชื่อที่จัดส่ง การเจรจากับลูกค้า และการเจรจาให้ลูกค้าทำนิติกรรมสัญญา มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนทางด้านการตลาดและการสนับสนุนสาขา มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน สำหรับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากับระดับความพึงพอใจด้านการรู้จักหรือเคยพบกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการธุรกิจ ประเภทกิจการหลักที่ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อ และด้านบุคลากรมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ABSTRACT

TE160960

This research aims to study the behavior and satisfaction of branch office employees and customers who use the credit service of Ayutthaya Business Service Center, Thai Military Bank PLC. The population number was 135, including 31 employees from 8 branches, 104 customers served, and 3 administrators of business service center. The instrument for data collection took the form of questionnaire developed by the researcher. Statistical methods employed in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and the means were compared using t-test and F-test, and their differences were classified in pairs with LSD Method.

Findings were summarized as follows:

1. 83.90 percent of branch office employees used the credit service amounted to 5-10 million baht. 45.20 percent of them invited the staff of the business service center to see the customers within 1 week. 54.80 believed the service business center provided support at a moderate level. Regarding the customer behavior, 56.70 percent used general credit services. 43.30 percent use the credit of 10 million baht or over. 49.0 percent responded to the service at a moderate level.

2. The satisfaction of the branch office employees in using marketing credit services was at a moderate level. The management processes of credits and personnel were at a high level. The customer satisfaction in the products was at a moderate level. Their satisfaction in prices was at a moderate level. Their satisfaction in the credit management process was at a high level. Their satisfaction in marketing promotion was at a high level. Their satisfaction in personnel was at a high level.

3. The comparison of satisfaction levels in the use of credit services of the branch office employees indicated that gender, age, marital status, education level, and job position did not result in differences in their satisfaction levels, while work experience did. In terms of customers' satisfaction levels in using credit services, gender, age, marital status and income did not result in differences in their satisfaction levels, while education level and work experience did.

4. The comparison of branch office employees' behaviors in using credit services and their satisfaction levels in the amount of credit delivered, negotiation with customers, and negotiation with customers concerning contracts indicated that their satisfaction levels were not different. However, there were differences in satisfaction levels in terms of marketing and branch support. The comparison of the customer behaviors in using credit services and their satisfaction levels in familiarity with the business service center employees, main services did not indicate differences in satisfaction levels. However, there were differences in satisfaction levels in terms of the products, prices, credit management process, and satisfaction levels.