

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย” เป็นการศึกษาถึงการเปิดรับ การรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากรด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในธนาคารฯ และด้านการใช้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์

ระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารฯ ในสำนักงานใหญ่ โดยสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารฯ นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามสมมติฐานต่าง ๆ โดยใช้ค่า t - test, และ One - Way ANOVA (F - test)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจบริการ มีรายได้ประกอบการต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท

ด้านการเปิดรับสื่อการให้บริการธนาคารพบว่า ด้านสื่อบุคคล โดยลูกค้าเปิดรับสื่อจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของธนาคารมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานคอลล์ เซ็นเตอร์ (Call center) ของธนาคาร และเพื่อน/เพื่อนบ้าน และสื่ออื่น ๆ ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ ประเภทสื่อโทรทัศน์ รองลงมาได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต และงานออกร้าน/จัดนิทรรศการ

ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการธนาคารฯ โดยลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับการให้บริการเรื่องสินเชื่อทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือ Factoring และสินเชื่อเพื่อการลิสซิง และเช่าซื้อ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำที่สุด คือ สินเชื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารฯ ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อทั่วไปมากที่สุด รองลงมา คือ Factoring และ Fast Track ส่วนรายการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการน้อยที่สุด

คือ สินเชื่อแรงงาน และสินเชื่อเพื่อสนับสนุนอาชีพเสริมแก่ข้าราชการตำรวจและครอบครัว ส่วนใหญ่
ใช้บริการธนาคารฯ ในช่วงเวลา 10.01 - 12.00 น. และใช้บริการปีละ 2 ครั้งขึ้นไป

ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร โดยมีความพึงพอใจด้านบุคลากร
มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมของธนาคาร และด้านการให้
ข้อมูลข่าวสาร / การประชาสัมพันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจที่ประกอบกิจการต่างกัน จะมีการ
เปิดรับสื่อการให้บริการธนาคารฯ แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุต่างกัน
จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมของธนาคาร
แตกต่างกัน ในด้านระดับการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน ด้านรายได้ต่อ
เดือนต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านระบบการให้บริการ แตกต่างกัน การเปิดรับ
สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ และการใช้บริการของลูกค้า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจของลูกค้า ด้านระบบการให้บริการ ด้านการให้ข้อมูล / การประชาสัมพันธ์