

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปี พ.ศ. 2507 คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบโครงการเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อม ตามที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติเสนอ จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อม อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม (สธอ.) แต่เนื่องจากการดำเนินงานมีข้อจำกัดเรื่องแหล่งทุนดำเนินการที่ต้องพึ่งจากงบประมาณแผ่นดินเพียงแหล่งเดียว และต้องถือปฏิบัติตามระบบราชการทำให้ขาดความคล่องตัว จึงได้ตราพระราชบัญญัติบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมขึ้นในปี พ.ศ. 2534 ปรับสถานะของ สธอ. เป็น บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 300 ล้านบาท มีฐานะเป็นนิติบุคคลสามารถระดมเงินทุนและเงินกู้ได้จากภายในและภายนอกประเทศ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 ได้รับการเพิ่มทุนจากกระทรวงการคลังอีก 2,500 ล้านบาท และเมื่อรัฐบาลมีนโยบายให้ บอย. เป็นกลไกสำคัญในการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจ จึงได้ตราพระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ปรับสถานะของ บอย. เป็น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว. หรือ เอสเอ็มอีแบงก์) เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประกอบธุรกิจอันเป็นการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และสนับสนุนการจัดตั้ง การดำเนินงาน การขยาย หรือการปรับปรุงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการให้สินเชื่อค้ำประกัน ร่วมลงทุน ให้คำปรึกษาแนะนำหรือให้บริการที่จำเป็นอื่นตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ ภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์แต่เน้นให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม¹

¹ เอสเอ็มอีแบงก์, “ข้อมูลองค์กร : ประวัติ,” <<http://www.smebank.co.th>>, 31 มีนาคม 2551.

ในปี 2547 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2547 ได้อนุมัติแผนเพิ่มทุนเรือนหุ้นอีก 2,000 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็น 4,800 ล้านบาท

ในปี 2548 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2548 ได้อนุมัติแผนเพิ่มทุนเรือนหุ้นอีก 2,500 ล้านบาท ทำให้ทุนเรือนหุ้นของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็น 7,300 ล้านบาท

ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ ธพว. ในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ โดยแยกเป็นเงินกู้เพื่อการลงทุนในกิจการ เช่น เงินกู้ระยะยาว เพื่อใช้ลงทุนในการสร้าง ซื่อ สถานประกอบการ การซื้อเครื่องมือ เครื่องจักร หรือเงินกู้ประเภท ลีสซิ่ง เช่าซื้อ เงินกู้เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ เช่น วงเงินกู้เงินทุนหมุนเวียน (Promissory Note: P/N) วงเงินกู้เพื่อการส่งออก (Packing Credit: P/C) นอกจากนี้ยังมีสินเชื่อที่ให้บริการสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการอีก 15 ประเภท ได้แก่ สินเชื่อทั่วไป สินเชื่อ Fast Track สินเชื่อ Factoring สินเชื่อแรงงาน สินเชื่อเพื่อสนับสนุนโครงการธุรกิจแฟรนไชส์ สินเชื่อเพื่อการลีสซิ่ง และเช่าซื้อ สินเชื่อพิเศษ สินเชื่อเพื่อสนับสนุนอาชีพเสริมแก่ข้าราชการตำรวจและครอบครัว สินเชื่อเสริมสภาพคล่องลูกค้า ชั้นดี สินเชื่อโครงการสินเชื่อลูกค้าชั้นดี สินเชื่อฟื้นฟูสภาพเครื่องจักร สินเชื่อพลิกฟื้นกิจการ สินเชื่อโครงการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน สินเชื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสินเชื่อเช่าซื้อเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักร

ปัจจุบันธนาคารฯ มีศูนย์ธุรกิจของธนาคารฯ ทั้งหมด 99 แห่ง โดยได้เปลี่ยนชื่อจากเดิมเรียก “ศูนย์ธุรกิจ” เป็น “สาขา และ สำนักงานผู้แทน” และมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสาขา ออกเป็น 3 ประเภท คือ สาขาเต็มรูปแบบ (Full Branch) สาขาทั่วไป (Branch) และสำนักงานผู้แทน (Representative Office) สำหรับสาขาเต็มรูปแบบ จะเป็นสาขาขนาดใหญ่ของธนาคารฯ ซึ่งจะทำหน้าที่ให้บริการครบวงจรแก่ลูกค้า ทั้งการให้บริการด้านสินเชื่อและการจัดกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงในอนาคตจะให้บริการแก่ลูกค้าเป็น Counter Payment รับชำระหนี้สินเชื่อและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และให้บริการเงินฝากแก่ลูกค้าที่เป็นลูกค้าสินเชื่อของธนาคารฯ ด้วย โดยสาขาที่เข้าข่ายสาขาเต็มรูปแบบนี้ ประกอบด้วย 1 สำนัก และ 9 สาขา คือ สำนักพลโยธิน สาขา เชียงใหม่ นครสวรรค์ นครปฐม ชลบุรี ขอนแก่น นครราชสีมา สมุทรปราการ สุราษฎร์ธานี และ สงขลา

ส่วนสาขาทั่วไปซึ่งประกอบด้วย 52 สาขา สำนักงานผู้แทน จำนวน 37 สำนักงานผู้แทน โดยการจัดแบ่งสาขาเป็น 3 รูปแบบดังกล่าว ได้คำนึงถึงเรื่องความเหมาะสมของศักยภาพแต่ละพื้นที่ในการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนงานของธนาคารฯ ต่อไป อย่างไรก็ตามลูกค้าสามารถใช้บริการด้านสินเชื่อและการให้คำปรึกษาแนะนำในด้านต่าง ๆ ได้ทุกสาขาและสำนักงานผู้แทน ที่เคยใช้บริการได้ตามปกติเช่นเคย

ซึ่งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างสาขาครั้งนี้ จะช่วยให้การทำงานของสาขากระชับ รวดเร็ว มีความชัดเจน และสามารถให้บริการที่ดีกับผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป โดยยึดยุทธศาสตร์ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับศักยภาพของที่ตั้งในแต่ละพื้นที่ของสาขา ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรในการขยายสินเชื่อและทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคาร²

แนวทางการดำเนินงานของธนาคารในปี 2550 ธนาคารฯ ได้ปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์เป็น ธนาคารเพื่อการพัฒนา SMEs อย่างยั่งยืนโดยมีธรรมาภิบาล พนักงานดี มีคุณภาพและมีวินัยการเงินอย่างเคร่งครัด และปรับเปลี่ยนพันธกิจ ไปสู่การสนับสนุนให้ SMEs ที่มีอยู่แล้วให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง มุ่งเน้นการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเน้นความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า³

เนื่องจากนโยบายหลักของธนาคารฯ มีความแตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่น เนื่องจากเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเป็นหลัก ไม่เพียงแต่ให้บริการด้านสินเชื่อกับลูกค้าของธนาคารฯ ผู้ซึ่งเป็นผู้ประกอบการไทยทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารฯ ยังเน้นเรื่องการพัฒนา พร้อมทั้งส่งเสริม และมุ่งหวังให้ลูกค้าเติบโตอย่างเข้มแข็งและสามารถอยู่รอดได้ตลอดไป ทำให้กลุ่มลูกค้าของธนาคารฯ จึงมีความแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ทั่วไปด้วยเช่นกัน เพื่อให้การพัฒนาลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ธนาคารฯ จึงแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าเดิม ลูกค้าใหม่ และลูกค้าที่เป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้

ลูกค้าเดิม ธนาคารฯ มีการให้บริการวินิจฉัยสถานประกอบการเพื่อทราบจุดอ่อน อันนำไปสู่การพัฒนาให้เข้มแข็งขึ้น

ลูกค้าใหม่ ธนาคารฯ จัดฝึกอบรมในการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์โครงการตนเองได้ว่า พร้อมหรือยังในการเริ่มต้นธุรกิจ

ลูกค้าที่เป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ธนาคารฯ มีทีมที่ปรึกษาฯ ให้คำแนะนำ ในการปรับโครงสร้างหนี้ เพื่อลูกค้าที่ล้มลง จะได้สามารถลุกขึ้นเดินได้อย่างมั่นคงอีกครั้ง⁴

ดังนั้นในฐานะที่ธนาคารฯ เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐจึงต้องดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลที่ต้องการให้รัฐวิสาหกิจต่าง ๆ เพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันเพื่อ

² OKnation.net, “รายงานข่าวธุรกิจ : ยกเครื่องเอสเอ็มอีแบงก์ รับนโยบายเชิงรุก,” <<http://www.oknation.net/blog/bokoteng/2008/02/29/entry-1>>, 29 กุมภาพันธ์ 2551.

³ เอสเอ็มอีแบงก์, “รายงานประจำปี,” 2549.

⁴ เอสเอ็มอีแบงก์, “SME BANK เพื่อพนักงาน,” (วารสารภายใน), มีนาคม 2551.

สร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในฐานะผู้ใช้บริการเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการบริหารงานของธนาคารฯ ในปี 2551 ที่ต้องการให้การบริการลูกค้า ต้องมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ โดยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในงานบริการสูงสุด ซึ่งมีผลต่อการรักษาความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ ความศรัทธา และความสัมพันธ์อันดีระหว่างธนาคาร และลูกค้า ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางถึงขนาดย่อมหรือ SMEs มากถึง 90% ของธุรกิจที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 2 ล้านราย ทำให้ SMEs เป็นเส้นเลือดสำคัญในระบบเศรษฐกิจ⁵

จากบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของธนาคารฯ ประกอบกับการได้รับความยอมรับจากประชาชนมากขึ้นส่งผลให้ธนาคารพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า เนื่องจากปัจจัยหลักในการตัดสินใจของลูกค้าส่วนหนึ่งมาจากการให้บริการของธนาคารฯ ซึ่งเป็นปัจจัยในการแข่งขันที่สำคัญยิ่งในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารฯ อีกด้วย

จากลักษณะดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษามีความมุ่งหวังที่จะศึกษาถึงเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับการบริการของธนาคารฯ ผ่านสื่อบุคคลและสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้ผู้ศึกษายังมุ่งหวังที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีต่อการบริการของธนาคารฯ ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการมากน้อยเพียงใด เพื่อนำผลที่ได้รับจากการศึกษามารวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนวางแผนทางด้านกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ปัญหานำการศึกษา

1. การรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ สำหรับลูกค้าเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าของธนาคารฯ เป็นอย่างไร
3. ความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารฯ เป็นอย่างไร
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ ของลูกค้าหรือไม่ อย่างไร

⁵ OKnation.net, “รายงานข่าวธุรกิจ : ยกเครื่องเอสเอ็มอีแบงก์ รับนโยบายเชิงรุก,” <<http://www.oknation.net/blog/bokoteng/2008/02/29/entry-1>>, 29 กุมภาพันธ์ 2551.

5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่ อย่างไร

6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ ของลูกค้า
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารฯ ของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารฯ ของลูกค้า
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ กับการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ กับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า

สมมติฐานการศึกษา

1. ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อฯ แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารฯ แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารฯ แตกต่างกัน
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ

6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

7. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย” มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ด้านเนื้อหา ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับธนาคาร และพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารฯ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในธนาคาร และด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์

ด้านประชากร คือ ลูกค้าของธนาคาร

ด้านระยะเวลา เริ่มเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในเดือนพฤษภาคมเป็นระยะเวลา 1 เดือน ณ สำนักงานใหญ่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในวันและเวลาทำการทางราชการ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

จากสมมติฐานของการวิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในการวิจัยครั้งนี้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้ำที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ

สมมติฐานที่ 3 ลูกค้ำที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารฯ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ

สมมติฐานที่ 4 ลูกค้ำที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารฯ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารฯ

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้ำ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้ำ

สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ

สมมติฐานที่ 7 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้ำ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้ำ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้มีการกำหนดความหมายของคำศัพท์ไว้เฉพาะเพื่อความเข้าใจตรงกัน ดังนี้

สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ หมายถึง สถาบันการเงินที่ควบคุมโดยรัฐบาล รัฐบาลให้ทุนดำเนินการและกำหนดนโยบายบางอย่างภายใต้พระราชบัญญัติที่ตราขึ้น

SMEs หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามประกาศกฎกระทรวง กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 ลงวันที่ 11 กันยายน 2545 และรวมถึงธุรกิจที่เป็นเกษตรอุตสาหกรรมที่มีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในกิจการ หรือกิจการอื่น ๆ ที่มีจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรหรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนหรือเงื่อนไขอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการกำหนด

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับธนาคาร หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารและบริการของธนาคารของลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของธนาคาร พนักงานคอลล์ เซ็นเตอร์ เป็นต้น และสื่อต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากสื่อบุคคล เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ที่ทำให้ลูกค้ารู้จัก และทราบข้อมูลด้านบริการเกี่ยวกับธนาคาร

การรับรู้ หมายถึง การทราบว่าธนาคารฯ เปิดให้บริการสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการไทย รวมถึงทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสินเชื่อว่ามีอะไรบ้างแก่ผู้ประกอบการไทยของธนาคารฯ รวมถึงการให้คำแนะนำปรึกษา จัดอบรม บ่มเพาะผู้ประกอบการเฉพาะด้าน

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร หมายถึง ช่วงเวลาในการใช้บริการ ความถี่บ่อยในการใช้บริการและประเภทงานบริการที่ลูกค้ามาขอรับบริการจากธนาคาร

ความพึงพอใจที่มีต่อธนาคาร หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดขึ้นของลูกค้าผู้ใช้บริการภายหลังจากที่ได้รับบริการจากธนาคารฯ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในและและด้านข้อมูลข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์ โดยวัดค่าความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ลูกค้า หมายถึง บุคคล หรือนิติบุคคลผู้ขอสินเชื่อจากธนาคารฯ ซึ่งเป็นผู้ทำการผลิตสินค้าจำหน่าย หรือบริการ หรือรับจ้าง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ประกอบการไทยทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารของลูกค้าของธนาคารว่ามีกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารผ่านสื่อบุคคล สื่ออื่น ๆ หรือสื่อประเภทใดบ้างที่ทำให้ลูกค้ารู้จักธนาคารและการบริการของธนาคาร รวมทั้งพฤติกรรมกาใช้บริการของลูกค้ำ ตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารด้านบุคลากร ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายใน และด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการปรับปรุง แก้ไขสื่อ และพัฒนาวิธีการดำเนินงานการสื่อสารและการให้บริการของธนาคารฯ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ตลอดจนวางแผนทางด้านการกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ำ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจและเกิดประโยชน์สูงสุด