

การศึกษา เรื่อง “การเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม สาขาเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และ ปัจจัยส่วนประสมตลาด บริการ ในการเลือกใช้บริการของลูกค้า และ ศึกษาถึงปัญหาในการเลือกใช้บริการของลูกค้า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขาเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าของธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ศูนย์ธุรกิจเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 280 ราย โดยจะศึกษาข้อมูลในปี 2550 เท่านั้น ระยะเวลาในการศึกษา ในช่วง มีนาคม 2550 ถึง ธันวาคม 2550 โดยได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ผลการศึกษา พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการใช้ บริการของลูกค้าธนาคาร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา

ส่วนปัญหาในการเลือกใช้บริการ ของลูกค้าธนาคาร พบว่าด้านส่งเสริมการตลาด ในการไม่เสียค่าธรรมเนียมในการยื่นขอวงเงินสินเชื่อ รองลงมา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในเรื่อง ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของ จำนวนสาขานาคาร ที่มีค่อนข้างน้อย คือ จำนวน 2 สาขา

การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าธนาคาร ได้แก่ ลักษณะของธุรกิจ คือ ธุรกิจการผลิต และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ คือ กิจการเจ้าของคนเดียว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ มากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ และ ผลการทดสอบ สมมติฐานสนับสนุนทฤษฎีดังกล่าว

The objectives of this study were to investigate: 1) client behavior; 2) factors on service market mix in the selection of service using of clients; and 3) problems encountered in the selection of service using of clients of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand, Chiang Mai branch.

Data collection was done by interviewing 280 clients of the bank Chiang Mai branch. Data of the year 2007 were investigated from March to December 2007. Simple random sampling was used to obtain the respondents in this study.

Findings showed that factors on service market mix which the respondents had a high level of opinion was price. It was also found that factors related to behavior on the selection of service using of the clients were type of business production business and form of business operation - only one business owner. Factor on service market mix having most influence towards behavior on the selection of service using of the clients was physical environment. Results of the study also supported the hypotheses of this study.

For problems encountered, the following were found: 1) non-fee payment in filing a petition for a sum of loan; 2) lack of tools and modern equipment; and 3) a small numbers of bank branches (only 2 branches), respectively.