

อิทธิพลของคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจในการให้บริการต่อการบอกต่อของ
ผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

Service Quality that affects the word-of-mouth of SME Entrepreneurs in Using
Credit Service from Small and Medium Enterprise Development
Bank Of Thailand

ศิริวรรณ จันทประสพโชค^{1*} และ กนกพร ชัยประสิทธิ์²

Siriwan Janprasopchok^{1*} and Kanokporn Chaiprasit²

*Corresponding author, e-mail: siriwan_ja@mail.rmutt.ac.th

Received: March 13th, 2022; Revised: October 26th, 2022; Accepted: October 30th, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.961 จากผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี สระแก้ว และนครนายก จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test / ANOVA และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า อายุ และประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อการบอกต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารที่แตกต่างกัน และพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านข้อมูลและบริการให้แก่ลูกค้า และความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ การให้บริการที่เวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ปากต่อปาก ผู้ประกอบการ SMEs

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Student in Master of General Management Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

² อาจารย์สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Professor of International Business Program Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Abstract

This research aims to study quality of service and service satisfaction that influences word-of-mouth of SME entrepreneurs in using the credit services of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand. Data was collected by a questionnaire from 400 entrepreneurs of SMEs operating their businesses in three provinces namely Prachin Buri, Sa Kaeo and Nakhon Nayok. Descriptive statistics were applied to analyze data including percentage, average, standard deviation, and following inferential statistics were applied to test hypotheses: t-test, ANOVA and multiple regression analysis. It was found that different ages and types of business affected different levels of word-of-mouth to use the credit services. And factors significantly influencing the use of credit services of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand at the statistical level of 0.05 included quality of service; service personnel and information service to customers; service satisfaction; providing services equally, on time, adequately and proactively.

Keywords: Service quality, Word-of-mouth, SME entrepreneurs

บทนำ

ในปัจจุบันไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเรียกอีกอย่างว่า (Small and Medium Enterprises : SME) มีความสำคัญและมีบทบาทต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในแต่ละจังหวัด แต่ละภูมิภาคเป็นอย่างมาก (ชนพล ก่อฐานะ, 2561 : 12) และนอกจากนั้นธุรกิจ SMEs ยังมีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่เศรษฐกิจของประเทศไทยอีกด้วย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2560) แต่อย่างไรก็ดี จากการศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในปัจจุบันมักพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนหนึ่งยังขาดความรู้ในการดำเนินธุรกิจแบบเป็นระบบ ทำให้ประสบปัญหาทางธุรกิจหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ปัญหาทางด้านเงินลงทุน การทำการตลาด ปัญหาแรงงาน ปัญหาระบบการจัดการ ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต ฯลฯ (Donlaya, 2019) จากปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนเองก็ไม่ได้มีนัยสนใจในการช่วยแก้ไขปัญหา ซึ่งจากการศึกษาพบว่า หน่วยงานภาครัฐได้จัดให้มีนโยบายในการช่วยเหลือสนับสนุนธุรกิจ SMEs ไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงที่มีสถานการณ์โควิด-19แพร่ระบาด ซึ่งส่งผลกระทบกับเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องมาถึงเศรษฐกิจของไทยอย่างรุนแรง

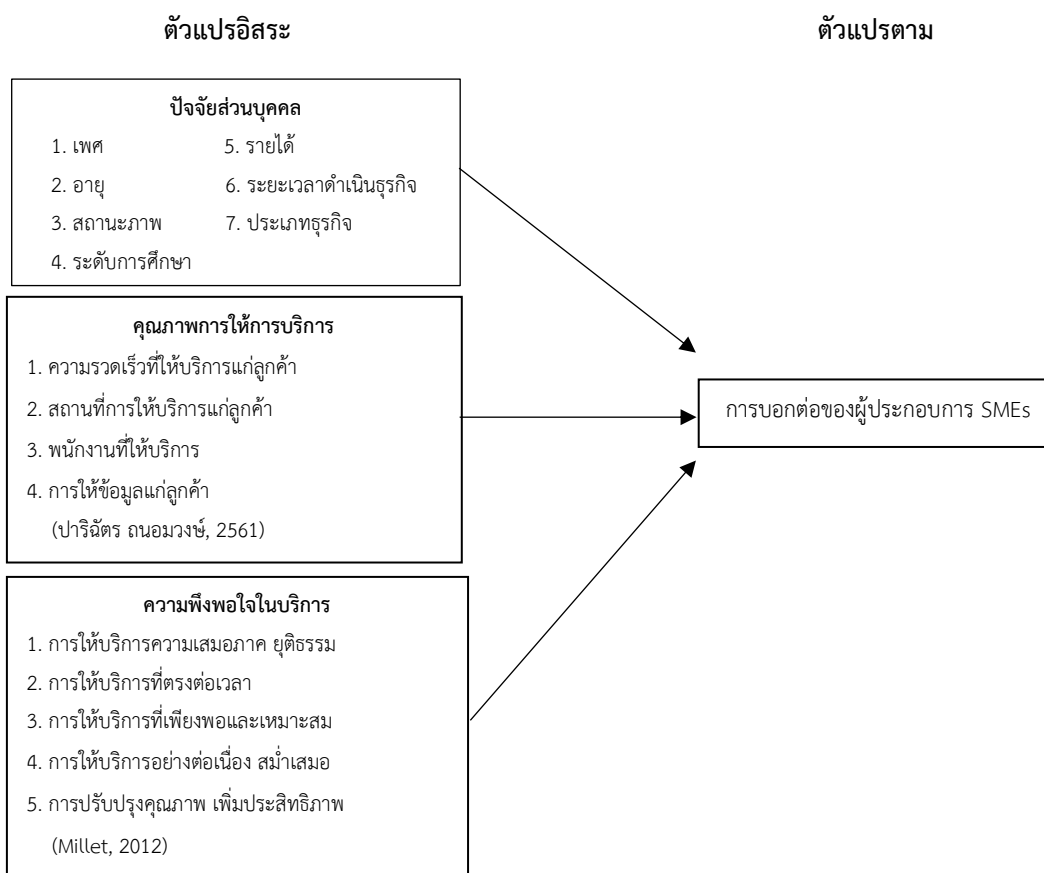
สำหรับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ถือเป็นหน่วยงานหนึ่งที่เล็งเห็นความสำคัญและมีมาตรการในการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs โดยจัดให้มีโครงการสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยถูก วัตถุประสงค์หลัก คือ การสนับสนุนเงินทุนที่จะเข้ามาเสริมสภาพคล่อง รักษาอัตราการจ้างงานให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ให้ได้มากที่สุด (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) ซึ่งในการดำเนินการของโครงการสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยถูกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จากการที่ผู้วิจัยเป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบดูแลโครงการนี้ พบประเด็นที่น่าสนใจ คือ ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย คือ การได้รับการบอกต่อจากผู้ประกอบการท่านอื่นมากกว่าการตัดสินใจ

ใช้บริการสินเชื่อโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางอื่นๆ ซึ่งการบอกต่อ ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ทรงพลัง น่าเชื่อถือ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หรือการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี (ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจ เอสเอ็มอี, 2018) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษว่า หากต้องการให้ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยนั้น จะมีปัจจัยใดบ้างที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง หรือมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการบอกต่อของผู้ใช้บริการ ซึ่งจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีความน่าสนใจอยู่ 2 ปัจจัย คือ คุณภาพในการให้บริการ ดังเช่นผลการศึกษาของณัฐพล อัสสระรัตน์ และอริวัฒน์ รัตนพันธ์ (2563 : 81) ที่พบว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางด้านบวกต่อความพึงพอใจ การบอกต่อ และการซื้อซ้ำในแบรนด์รถยนต์ และอีกหนึ่งตัวแปรที่น่าสนใจ คือ ความพึงพอใจในการให้บริการ ดังเช่นผลการศึกษาของดำริ สติเสมากุล. (2558) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ซึ่งพบว่าส่งผลด้านบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษ เรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจในการให้บริการต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการทำการตลาดแบบปากต่อปากสำหรับกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มาใช้บริการโครงการสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยถูกที่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และประเภทธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถกำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
3. ความพึงพอใจในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี สระแก้ว และนครนายก โดยจะต้องเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่เคยใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในระหว่างปี 2563-2564 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,563 ราย (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี สระแก้ว และนครนายกที่เคยใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในระหว่างปี 2563-2564 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,563 ราย ผู้วิจัยทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ (Yamane, 1973 : 727-728) ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 385 คน และผู้วิจัยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน เพื่อให้ครอบคลุมกับกลุ่มประชากรทั้งหมดมากขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องข้องกับงานวิจัยมาเป็นแนวคิดในการออกแบบสร้างแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs โดยคำถามจะเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สภาพภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (closed ended question) มีลักษณะคำตอบแบบหลายตัวเลือก (multiple choice question)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการทั้งหมด 20 ข้อ โดยมีคำถามเป็นลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (rating scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งหมด 5 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการบอกต่อ จำนวน 13 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale)

เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีคุณภาพมากพอสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทำการหาค่าความสอดคล้องภายในแบบสอบถาม IOC (index of item objective congruency) โดยประเมินคำถามในแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้อง เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการวัดในแต่ละด้านและตรงประเด็นหรือไม่ ผลการทดสอบความเที่ยงตรงพบว่า ข้อคำถามทุกข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ และมีค่า IOC โดยรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับ คือ 0.68 จึงถือว่าข้อคำถามที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรง (Eisinga *et al*, 2012 : 56) และเมื่อนำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยการนำไปทดลองใช้เก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 30 คน (Pre test) แล้วนำผลมาหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น พบว่าเท่ากับ 0.961 จึงสรุปว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีคุณภาพ (Cronbach, 1951 : 31) สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้มีอุปสรรคในการเก็บข้อมูลแบบ face to face กับผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ 3 สาขา ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และกระจาย Link แบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ 3 สาขาตามช่องทางการติดต่อที่ผู้ประกอบการให้ไว้ เช่น Line หรือ E-mail ดังนั้นในการเก็บข้อมูลจึงใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และใช้วิธีการคัดเลือกแบบ

ตามสะดวก (convenience selection) กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ 3 สาขาที่เคยใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในระหว่างปี 2563-2564 โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจนครบ 400 ตัวอย่าง และนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการบอกต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test / ANOVA

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยของพหุคูณ (multiple regression analysis)

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยของพหุคูณ (multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีอายุระหว่าง 21-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามากที่สุด ส่วนใหญ่มีผลประกอบการของธุรกิจต่อเดือนอยู่ที่ 100,001-500,000 บาท มีระยะเวลาในการทำธุรกิจอยู่ที่ มากกว่า 3 ปี-10 ปี และพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่งมากที่สุด

ผลการวิจัยคุณภาพการให้บริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	ระดับคุณภาพการให้บริการ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านความรวดเร็วที่ให้บริการแก่ลูกค้า	3.904	0.503	มาก	4
2. ด้านสถานที่การให้บริการแก่ลูกค้า	4.028	0.554	มาก	3
3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.115	0.597	มาก	1
4. ด้านข้อมูลที่บริการให้แก่ลูกค้า	4.099	0.586	มาก	2
ภาพรวม	4.037	0.455	มาก	-

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.037$, $SD = 0.455$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีคุณภาพการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด โดยมีคุณภาพการให้บริการในระดับมาก ($\bar{x} = 4.115$, $SD = 0.597$)

ผลการวิจัยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ	4.145	0.642	มาก	4
ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการ	4.140	0.620	มาก	5
ด้านความเพียงพอในการให้บริการ	4.155	0.630	มาก	2
ด้านความต่อเนื่องในการให้บริการ	4.154	0.602	มาก	3
ด้านความก้าวหน้าในการให้บริการ	4.197	0.608	มาก	1
ภาพรวม	4.158	0.479	มาก	-

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.158$, $SD = 0.479$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ด้านความก้าวหน้าในการให้บริการมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.197$, $SD = 0.608$)

ผลการวิจัยการบอกต่อการให้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการบอกต่อการให้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

การบอกต่อการให้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	ระดับการบอกต่อ			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. การบอกต่อของลูกค้า เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพการขอ สินเชื่อ และคำแนะนำกับลูกค้ารายใหม่	4.297	0.621	มากที่สุด	2
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อเกี่ยวกับธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	4.596	0.265	มากที่สุด	1
ภาพรวม	4.447	0.336	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการบอกต่อการให้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.447$, $SD = 0.336$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการบอกต่อการให้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อเกี่ยวกับ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มากที่สุด โดยมีการบอกต่ออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.596$, $SD = 0.265$)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปสมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	การบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อ		
	การบอกต่อของลูกค้า เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพการขอสินเชื่อ และคำแนะนำกับลูกค้ารายใหม่	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อเกี่ยวกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	ภาพรวมการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อ
เพศ	-	-	-
อายุ	-	✓	-
ระดับการศึกษา	-	-	-
ประเภทธุรกิจ	✓	-	✓

หมายเหตุ สัญลักษณ์ ✓ คือ ต่างสัญลักษณ์ - คือ ไม่ต่าง

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อเกี่ยวกับ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน จะมีการบอกต่อในการใช้บริการสินเชื่อ ด้านการบอกต่อของลูกค้า เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพการขอสินเชื่อ และคำแนะนำกับลูกค้ารายใหม่ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อ

คุณภาพการบริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	b	SE _b	β		
(Constant)	3.448	0.143		24.047	0.000**
ด้านความรวดเร็วที่ให้บริการแก่ลูกค้า	0.041	0.041	0.061	0.997	0.319
ด้านสถานที่ให้บริการแก่ลูกค้า	-0.001	0.041	-0.002	-0.033	0.974
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	0.092	0.038	0.163	2.398	0.017**
ด้านข้อมูลที่บริการให้แก่ลูกค้า	0.114	0.034	0.198	3.301	0.001**
R = 0.358 R ² = 0.128 Adjusted R ² = 0.120 SE _{EST} = 0.315 F = 14.540 p = 0.000					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านข้อมูลที่บริการให้แก่ลูกค้า มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวม มีอำนาจในการพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ร้อยละ 12.80 (R² = 0.128) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 87.20 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.120 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.358 ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ ในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ 3.448 และค่าของตัวแปรทั้ง 2 ตัว สามารถคาดคะเนระดับการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวมได้จากสมการถดถอยดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$\text{การบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs} = 3.448 + 0.092 (\text{ด้านพนักงานผู้ให้บริการ}) + 0.114 (\text{ด้านข้อมูลที่บริการให้แก่ลูกค้า})$$

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ กับการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวม

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	b	SE _b	β		
(Constant)	2.845	0.118		24.121	0.000**
ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ	0.215	0.028	0.228	0.532	0.000**
ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการ	0.221	0.033	0.238	0.630	0.000**

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการ กับการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวม (ต่อ)

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	b	SE _b	β		
ด้านความพึงพอใจในการให้บริการ	0.258	0.031	0.269	1.912	0.000**
ด้านความต่อเนื่องในการให้บริการ	0.046	0.030	0.082	1.521	0.129
ด้านความก้าวหน้าในการให้บริการ	0.272	0.028	0.292	9.750	0.000**
R = 0.613 R ² = 0.376 Adjusted R ² = 0.368 SE _{EST} = 0.267 F = 47.526 p = 0.000					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ด้านความพึงพอใจในการให้บริการ และ ด้านความก้าวหน้าในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวม โดยมีอำนาจในการพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ร้อยละ 37.60 (R² = 0.376) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 62.40 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.267 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.613 ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ ในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ 2.845 และค่าของตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ด้านความพึงพอใจในการให้บริการ และด้านความก้าวหน้าในการให้บริการ สามารถคาดคะเนระดับการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อโดยภาพรวม ได้จากสมการถดถอยดังนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ

$$\begin{aligned} \text{การบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs} = & 2.845 + 0.215 (\text{ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ}) + \\ & 0.221 (\text{ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการ}) + 0.258 \\ & (\text{ด้านความพึงพอใจในการให้บริการ}) + 0.272 (\text{ด้าน} \\ & \text{ความก้าวหน้าในการให้บริการ}) \end{aligned}$$

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 มีอายุระหว่าง 21 ปี-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามากที่สุด ส่วนใหญ่มีผลประกอบการของธุรกิจต่อเดือนอยู่ที่ 100,001-500,000 บาท มีระยะเวลาในการทำธุรกิจระหว่าง 3-10 ปี และส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่งมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยมีคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจในการใช้บริการ และมีการบอกต่อการให้บริการกับธนาคารอยู่ในระดับมากเช่นกัน

การอภิปรายผลการศึกษาแยกตามวัตถุประสงค์ มีดังนี้

การอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการบอกต่อการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการบอกต่อการใช้บริการสินเชื่อ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อเกี่ยวกับ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา มาส ชำนาญกิจ (2555 : 98) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการสื่อสารแบบปากต่อปาก: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัด นครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก (การพูดเชิงบวก) ในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสิริวรรณ พรรณสวัสดิ์ (2563 : 114) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยพยากรณ์ความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อแอปพลิเคชันการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จแบบตอบสนองความต้องการ ที่พบว่า อายุมีอิทธิพลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและการแนะนำบอกต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พบว่า คุณภาพการบริการอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ($\beta = 0.163$) และด้านข้อมูลและบริการให้แก่ลูกค้า ($\beta = 0.198$) โดยทั้ง 2 ตัวแปร มีอำนาจในการพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ร้อยละ 12.80 โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพล ภูตะโชติ (2561 : 46) ที่กล่าวว่า พนักงานในการให้บริการที่แสดงออกถึงความมีน้ำใจ ความจริงใจในการต้อนรับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความพึงพอใจในบริการ รวมถึงในการบริการนั้นมีความพร้อมของการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในการตัดสินใจใช้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และการบอกต่อการใช้บริการได้เป็นอย่างดี

การอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ($\beta = 0.228$) ด้านความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ($\beta = 0.238$) ด้านความเพียงพอในการให้บริการ ($\beta = 0.269$) และด้านความก้าวหน้าในการให้บริการ ($\beta = 0.292$) โดยทั้ง 4 ตัวแปร มีอำนาจในการพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ร้อยละ 37.60 โดยผลการศึกษาที่พบสอดคล้องกับผลการศึกษาของคำริ สติเสมากุล (2558 : 110) ที่ทำการศึกษารื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลจากการศึกษาพบว่า คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ส่งผลด้านบวกต่อความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ในส่วนความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะส่งผลด้านลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จะส่งผลด้าน

บวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับ Millet (2012: 33) ที่กล่าวว่า ในการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น พนักงานจะต้องมีความตรงต่อเวลา เพราะถ้าหากการให้บริการที่ไม่ตรงต่อเวลาจะสร้างความไม่พึงพอใจให้กับลูกค้า ในขณะที่จำนวนลำดับการให้บริการ สถานที่ในการให้บริการ (the right quantity at the geographical) Millet (2012: 34) ได้ให้ความเห็นว่าความเสมอภาค การตรงเวลาจะไม่มี ความหมาย ถ้าความสามารถในการให้บริการ จำนวนการให้บริการหรือสถานที่ตั้งที่ให้บริการไม่เพียงพอกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ธนาคารควรมีการศึกษาถึงความต้องการในการใช้บริการสินเชื่อธนาคารของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีอายุที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการใช้บริการมาปรับใช้กับการวางแผนรูปแบบบริการของธนาคารเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจและการบอกต่อ แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารได้ในลำดับต่อไป

2. ธนาคารควรมีการอบรมพนักงานให้มีพฤติกรรมในการให้บริการที่มีความเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละรายเท่าเทียมกัน สามารถจดจำรายละเอียด ประวัติของลูกค้าและสถานะของลูกค้าในปัจจุบันได้ และสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรมในการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อที่เพิ่มมากขึ้นได้

3. ธนาคารควรมีการวางแผนกระบวนการในการให้บริการที่มีช่องทางหลากหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินเชื่อให้แก่ลูกค้า โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารที่ใช้สำหรับการขอสินเชื่อ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ละเอียดย นอกจากนั้นยังต้องมีการส่งจดหมาย/โทรประชาสัมพันธ์ เชิญลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรมในการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อที่เพิ่มมากขึ้นได้

4. ธนาคารควรมีการวางแผนกระบวนการในการให้บริการให้มีระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อมีความเหมาะสม และมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรมในการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อที่เพิ่มมากขึ้นได้

5. ธนาคารควรมีการอบรมพนักงานอย่างเข้มงวดในเรื่องของการให้บริการที่เท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ สามารถตรวจสอบสถานะการขอสินเชื่อได้ตลอดเวลา อย่างเป็นธรรม และควรมีขั้นตอนการดำเนินการขอสินเชื่อเรียงลำดับก่อน-หลัง ตามลำดับการเข้ารับบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรมในการบอกต่อของผู้ประกอบการ SMEs ในการใช้บริการสินเชื่อที่เพิ่มมากขึ้นได้

6. พนักงานต้องให้มีกระบวนการในการให้บริการอย่างตรงเวลา และมีการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่พอเพียงต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในเชิงลึกมากขึ้น อาจศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ และการทำ focus group เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งต่อไป อาจทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสำรวจ หรือการสังเกตเพิ่มเติม

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการธนาคารด้านต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). *ธุรกิจ SMEs*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก : https://dbd.go.th/more_news.php?cid=793.
- กาญจนา มาส ชำนาญกิจ. (2555). ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*, 19(1), 1-35.
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2565). ข้อมูลผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยใน 3 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี สระแก้ว และนครนายก. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก : <https://www.smebank.co.th/>.
- ณัฐพล อัสสะรัตน์ และ อธิวัฒน์ รัตนพันธ์. (2563). อิทธิพลคุณภาพบริการและการรับรู้ราคาของศูนย์บริการรถยนต์ต่อความพึงพอใจการบอกต่อและการซื้อซ้ำในแบรนด์รถยนต์. *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- คำริ สติเสมากุล. (2558). ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ธนพล ก่อฐานะ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานแบบสมดุลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 14(3), 106-115.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- ปาริฉัตร ธนอมวงษ์. (2561). ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค3). *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม*.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *SME D Bank ผู้ช่วยเอสเอ็มอีไทย จัดทัพสินเชื่อดอกเบี้ยถูก ตีปีกข้ามผ่านวิกฤตโควิด-19*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก : <https://mgronline.com/smes/detail/9630000106354>.
- ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี. (2018). *กลยุทธ์การบอกต่อแบบปากต่อปาก*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก : <https://www.smethailandclub.com/>.
- สิรารวรรณ พรณสวัสดิ์. (2563). ปัจจัยพยากรณ์ความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อแอปพลิเคชันการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จแบบตอบสนองความต้องการ. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 14(1), 101-119.

- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Donlaya, C. (2019). ปัญหาธุรกิจ SME และอุปสรรคที่ผู้ประกอบการจะต้องเจอมีอะไรบ้าง พร้อมวิธีแก้ปัญหาแบบง่ายๆ. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก : <https://www.moneywecan.com/trouble-sme-business>.
- Eisinga, R., Grotenhuis, M. and Pelzer, B. (2012). The reliability of a two-item scale: Pearson, Cronbach, or Spearman-Brown?. *International journal of public health*, 58(4), 110-129.
- Millet, J.D. (2012). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York : McGraw-Hill Book Company.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York : Harper and Row.
- .