

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารเฉพาะกิจของรัฐที่ต้องทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยธนาคารต้องทำโครงการสินเชื่อนโยบายรัฐหลายโครงการ เช่น สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง และโครงการอื่นๆ อีกจำนวนมากเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาคประชาชนอีกทางหนึ่ง และธนาคารมีบริการทางการเงินอีกมากมาย นอกจากเงินฝากประเภทต่าง ๆ มีสินเชื่อประเภทต่าง ๆ บัตรเอทีเอ็ม บัตรออมสินวิซ่า บัตรเครดิตออมสินเคทีซี การชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านการหักบัญชี และชำระค่าบริการหน้าเคาท์เตอร์ รวมทั้งการให้เช่าตู้നിရိယ

ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำปัจจุบัน มีผลกระทบต่อประชาชนในทุกกลุ่มของประเทศ ทั้งในเมืองและชนบท ประสบปัญหาด้วยโอกาสทางการเงิน ไม่สามารถใช้บริการทางการเงินในระบบได้ ธนาคารออมสินได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้เปิดดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือประชาชนผู้ยากจน และขาดโอกาสทางการเงิน ให้ได้รับบริการทางการเงินและสนับสนุนอื่น เพิ่มเติม เพื่อพัฒนา ยกระดับศักยภาพในการประกอบอาชีพ คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นคงและยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วย ประกอบกับธนาคารออมสินมีศักยภาพเพียงพอในการดำเนินการโครงการ มีประสบการณ์ในการบริการสินเชื่อ มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศมากกว่า 600 สาขา จึงสามารถที่จะดำเนินงานให้บริการได้ถึงกลุ่มเป้าหมาย คือประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ

ในปัจจุบันธนาคารประสบปัญหาในด้านการแข่งขันสูงในการแย่งชิงฐานลูกค้ารายย่อย ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่สุดของประเทศ จากธนาคารพาณิชย์ในประเทศหลายแห่ง สาขาธนาคารต่างประเทศ และสถาบันการเงินที่เป็นกลุ่ม Non – bank ต่าง ๆ เช่น บริษัทที่ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อเงินสด บัตรกดเงินสด ซึ่งคู่แข่งเหล่านี้หันมาเน้นขยายฐานกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้นให้บริการทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการอุปโภค บริโภค ด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบต่าง ๆ

มีการโฆษณาผ่านสื่อเพื่อกระตุ้นการใช้สินค้าและขยายเครือข่ายสาขาไปตั้งในห้างสรรพสินค้า และสถานที่ทำงานทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวกและให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง

ด้วยเหตุผลและปัญหาการแข่งขันด้านการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคาร ที่กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษา ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง มีหน้าที่ดำเนินงานเพื่อสนองนโยบายธนาคาร ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาถึงประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็น ข้อมูลพื้นฐาน ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อันจะเป็นผลดีกับการดำเนินงานของธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมุติฐานของการวิจัย

ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของ สุพรรณณี อินทร์แก้ว มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ได้แก่ผู้ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร สัปดาห์ละ 125 คน จำนวน 4 สัปดาห์ เป็นจำนวนรวม 500 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970 , p. 608)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น

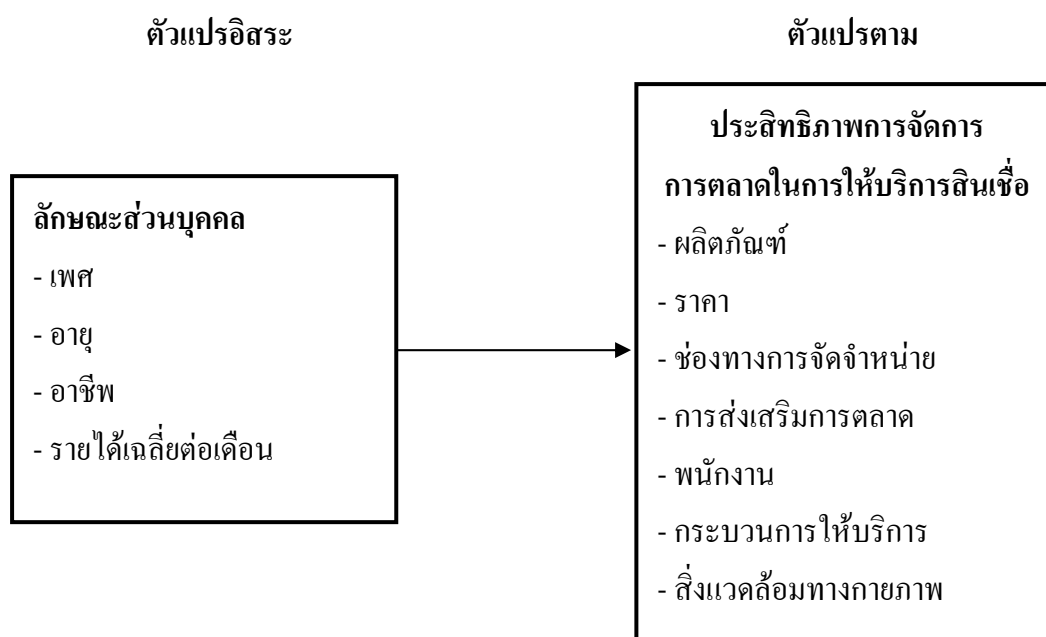
2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ ได้แก่ ผลผลิตกำไร ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาระหว่างเดือน เมษายน – มิถุนายน 2553

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของผู้ให้บริการธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ของสุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551) มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารออมสินสาขาดวชะนอง กรุงเทพมหานคร

การจัดการการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการ ให้บริการลูกค้าในด้านธุรกิจธนาคารให้ได้ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธนาคาร และทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ประสิทธิภาพการจัดการ การตลาดในการให้บริการสินเชื่อ หมายถึง ประสิทธิภาพการจัดการในด้าน

ผลិតภัณฑ์ (Product) หมายถึง บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน หลักเกณฑ์การสมัคร วงเงินสินเชื่อ เงื่อนไขในสัญญา ระยะเวลาดำเนินการสินเชื่อจอนุมัติ หลักเกณฑ์การค้ำประกัน

ราคา (Price) หมายถึง อัตราดอกเบี้ย กำหนดระยะเวลาชำระหนี้ เงื่อนไขการชำระหนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การติดต่อธนาคารโดยตรง ทำเลที่ตั้งธนาคาร การให้บริการนอกสถานที่ การเพิ่มช่องทางการชำระหนี้

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสารชัดเจนและเพียงพอ สิ่งจูงใจให้ใช้บริการสินเชื่อเพิ่มขึ้น

พนักงาน (People) หมายถึง พนักงานธนาคารออมสินที่ให้บริการ มีความรู้ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำ ปรึกษาปัญหาสินเชื่อ มีความสุภาพ อ่อนน้อม กิริยามารยาทเหมาะสม มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาขอรับบริการและ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ระยะเวลาดำเนินการสินเชื่อจนอนุมัติใช้เวลาเหมาะสม การดำเนินการให้บริการในทุกขั้นตอนมีการประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) อาคารสำนักงานมีความสะอาด สวยงาม สะดวกในการติดต่อ สถานที่ให้บริการมีแสงสว่างเพียงพอและบรรยากาศดี ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการเพียงพอ และ สถานที่จอดรถสะดวก

โครงการธนาคารประชาชน หมายถึง โครงการที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายรัฐบาล เพื่อกระจายโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของลูกค้ารายย่อยและประชาชนทั่วไปในระดับรากหญ้า เพื่อสร้างทางเลือกและลดการพึ่งพิงแหล่งเงินทุนในระบบ ซึ่งทำให้ประชาชนมีโอกาสในการสร้างรายได้ด้วยตนเอง

การบริการของธนาคาร หมายถึง สิ่งที่ธนาคารจัดให้ลูกค้าในด้านต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร การจัดลำดับให้บริการ ระยะเวลาในการบริการลูกค้าแต่ละราย ความยากง่ายของเอกสาร รูปแบบการให้บริการ การตอบปัญหาข้อสงสัย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการบริการ การให้คำแนะนำในการใช้สินเชื่อ ให้การดูแลช่วยเหลือลูกค้า การต้อนรับลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการวิจัยทำให้ทราบถึง ประสิทธิภาพการจัดการการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ของผู้ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร

2. ผลจากการวิจัยทำให้ทราบถึง ความต้องการบริการของผู้มาใช้บริการ ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง

3. ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการทำให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน และพัฒนาการบริการของพนักงานธนาคารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี