

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ การประเมินผลการสื่อสารโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน ” เป็นการศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ครอบคลุมการให้บริการในเขตพื้นที่สาขา รวม 98 สาขา โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนจำนวน 400 คน พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 38 ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35 และมีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน

ผลการศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนจากสื่อประเภท พนักงานธนาคารออมสินมากที่สุด (ร้อยละ 73) ในขณะที่เคยเปิดรับจากสื่อโฆษณาทางนิตยสาร น้อยที่สุด (ร้อยละ 12) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 0.37)

เมื่อพิจารณาการเปิดรับเป็นรายสื่อ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือเปิดรับจากสื่อมวลชน โดยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในระดับปานกลาง ในขณะที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนจากสื่อเฉพาะกิจ น้อยที่สุด โดยเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนจากประสบการณ์โดยการติดตามผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคาร เช่น สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในประเด็น อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และเงินกู้มากที่สุด (ร้อยละ 86) รองลงมาคือประเด็น จำนวนเงินที่ใหู้ (ร้อยละ 85)

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ผลการศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนส่วนใหญ่ มีความรู้ที่ถูกต้องมากที่สุด ในประเด็น โครงการธนาคาร

ประชาชนเกิดจากนโยบายของรัฐบาลที่มอบหมายให้ธนาคารออมสินปล่อยเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าการกู้ยืมในระบบ (ร้อยละ 93) รองลงมาคือ เมื่อเกิดหนี้ค้างชำระเจ้าหน้าที่ธนาคารมีอำนาจในการติดตามทวงถามและเร่งรัดให้ชำระเงินกู้ (ร้อยละ 85) และประเด็นความรู้ที่ผู้ใช้บริการมีความรู้ที่น้อยที่สุด คือ เรื่องหลักประกันเงินกู้ให้บุคคลค้ำประกันเท่านั้นไม่สามารถใช้สมุดเงินฝากหรือสลากออมสินพิเศษค้ำประกันได้ (ร้อยละ 36) รองลงมาคือเรื่องเงินกู้โครงการธนาคารประชาชนเป็นเงินกู้เพื่อการลงทุนเท่านั้น ไม่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์อื่น (ร้อยละ 38) และระดับความรู้ของผู้ใช้บริการมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 52)

ตอนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ผลการศึกษา ทศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนส่วนใหญ่ มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน (ค่าเฉลี่ย = 3.64) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า มีทัศนคติเชิงบวกมากเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนช่วยลดภาระการกู้ยืมในระบบ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชีวิตเปลี่ยนการดำเนินชีวิต (ค่าเฉลี่ย = 4.34) รองลงมา คือ โครงการธนาคารประชาชนช่วยให้ผู้กู้มีอาชีพเลี้ยงตัวเองได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.15) โครงการธนาคารประชาชนช่วยให้ปรับตัวอยู่รอดในสังคมได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.13) ตามลำดับ และผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนช่วยบรรเทาความเดือดร้อนในระยะสั้นเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย = 2.44) และข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนที่เผยแพร่ออกไปเข้าใจได้ยากและขาดความต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย = 2.45)

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อนที่จะกู้เงินจากโครงการธนาคารประชาชน คิดเป็นร้อยละ 68 และไม่เคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อน ร้อยละ 32 ส่วนใหญ่เป็นการกู้เงินจากโครงการธนาคารประชาชนครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 38 ครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 32 และที่เคยใช้บริการเป็นครั้งที่ 3 และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

สำหรับเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเงินกู้ในระบบ คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา คือ มีความต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 22.5

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนแตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนชายและหญิงมีการเปิดรับสื่อโดยรวมเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน สำหรับสื่อประเภทบุคคลไม่พบความแตกต่าง

2. ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน สำหรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่พบความแตกต่าง

3. ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับสื่อโดยรวมเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการเปิดรับสื่อโดยรวมแตกต่างกัน

4. ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีการเปิดรับสื่อโดยรวมเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน สำหรับสื่อบุคคลไม่พบความแตกต่าง

5. ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีการเปิดรับสื่อโดยรวมเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนแตกต่างกัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า การเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคาร

ประชาชน และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) และมีความสัมพันธ์กันน้อย ($r = 0.123$) สำหรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจไม่พบความสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน โดยสื่อมวลชนสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ($r < 0$) และสื่อเฉพาะกิจสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) และมีความสัมพันธ์กันน้อย ($r = 0.135$) สำหรับสื่อบุคคลไม่พบความสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) และสัมพันธ์กันน้อย ($r = 0.184$) สำหรับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่พบความสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

ความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน โดยสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) และมีความสัมพันธ์กันน้อย ($r = 0.179$)

สมมติฐานข้อที่ 6 ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โดยสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ($r > 0$) และมีความสัมพันธ์กันน้อย ($r = 0.333$)

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 62 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธนาคารกสิกรามิน ซึ่งเป็นต้นแบบของโครงการธนาคารเพื่อคนจนในประเทศบังคลาเทศ ที่ผู้กู้ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 97 (วิทยากร เชียงกูล, 2551, น. 128) โดยมุฮัมหมัด ยูनुส ผู้ก่อตั้งธนาคารกสิกรามิน ได้ค้นพบว่าการให้สินเชื่อแก่ผู้หญิงนั้นทำให้เกิดการพัฒนาทางสังคมได้รวดเร็วกว่าการให้สินเชื่อผู้ชาย เพราะผู้หญิงในฐานะแม่จะห่วงใยเรื่องความอดอยากยากจนของสมาชิกครอบครัวมากกว่า พร้อมทั้งจะเป็นผู้เสียสละ ผู้อุทิศตนทำทุกอย่างเพื่อครอบครัวได้ดีกว่าผู้ชาย และผู้หญิงเรียนรู้และปรับตัวในการพัฒนาตนเองเพื่อความอยู่รอดของครอบครัวได้ดีกว่าผู้ชาย ทำงานสม่ำเสมอมากกว่าผู้ชาย (วิทยากร เชียงกูล, 2551, น. 53)

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากผลการศึกษาผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด สามารถอธิบายได้ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการกู้สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่ธนาคารออมสินได้ปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยเพิ่มวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อนำเงินไปเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการดำรงชีพและกู้เพื่อชำระหนี้สินอื่น ๆ ได้ด้วย และธนาคารกำหนดวงเงินให้กู้สูงสุดถึง 100,000 บาท จึงทำให้ผู้ที่มียานประจำและมีเงินเดือนน้อยมีความต้องการใช้บริการสินเชื่อประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ ปิยดา เจริญเกรียงสกุล (2545, น. 74) ที่พบว่าสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนที่ได้รับอนุมัติเงินกู้ผ่านสำนักพหุโยธิน ของธนาคารออมสิน ในเขตจตุจักรและเขตพญาไท มีอาชีพค้าขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.8 ซึ่งเป็นผลการศึกษาในช่วงปีแรกของการเปิดดำเนินการโครงการธนาคารประชาชน

2. ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือเปิดรับจากสื่อมวลชน โดยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในระดับปานกลาง หากพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อมีประสบการณ์การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนจากสื่อบุคคล ประเภทพนักงานธนาคารออมสินมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแบบแผนการเปิดรับสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548, น. 187) ที่มุ่งเน้นไปที่ความต้องการของผู้รับสารที่จะเลือกใช้สื่อในเชิงเครื่องมือ เป็นการเปิดรับสื่อที่ผู้รับสารจะจงจะเปิดรับโดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์บางอย่าง ซึ่งผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่ก่อนจะเลือกใช้บริการย่อมต้องซักถาม

พูดคุยเกี่ยวกับสินเชื่อประเภทนั้น ๆ จากพนักงานธนาคาร ซึ่งเป็นตัวแทนผู้ให้กู้ถึงรายละเอียดต่างๆ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้บริการหรือไม่

และผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการสินเชื่อได้รับทราบข่าวสารของโครงการธนาคารประชาชนจากการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ไม่ได้เป็นการเปิดรับข่าวสารโดยบังเอิญหรือได้ติดตามข่าวสารอยู่เป็นประจำ ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารมีทั้งการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ การจัดงานต่าง ๆ เช่น งานมหกรรมทางการเงิน Money Expo งานไทยรวมพลังกู้เศรษฐกิจชาติ เป็นต้น เพราะฉะนั้นธนาคารออมสินควรทำการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้ทราบข้อมูลของโครงการธนาคารประชาชนที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน

ประเด็นของข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่กลุ่มผู้ให้บริการต้องการทราบมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และเงินฝากของโครงการธนาคารประชาชน และวงเงินให้กู้

ซึ่งเป็นประเด็นที่ชัดเจนอยู่แล้วสำหรับผู้ที่มีความต้องการกู้เงิน แต่ประเด็นที่น่าสนใจจากการ ศึกษาในครั้งนี้ คือประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้กู้เงินในโครงการธนาคารประชาชนให้ความสนใจน้อยที่สุด คือ ประเด็นการแนะนำ/การอบรมอาชีพให้กับสมาชิกโครงการธนาคารประชาชน กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารประเด็นนี้ เพียงร้อยละ 14 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2546) ในบทความ กำเนิดและจุดจบธนาคารประชาชน ที่ได้ให้ความคิดเห็นว่า การสนับสนุนสินเชื่อของรัฐต้องเข้าใจด้วยว่าเงินกู้เฉย ๆ ไม่ได้ช่วยชาวบ้านจริง รัฐต้องตระหนักว่าเงินกู้ต้องไปพร้อมความรู้ด้านเทคโนโลยี การผลิต การจัดการ หรือการตลาดแล้วแต่กลุ่มชนชั้นนั้นยังขาดหรือด้อยอยู่ การจัดการฝึกอบรมทักษะอาชีพให้ชาวบ้านนั้น มุฮัมหมัด ยูนุส (อ้างถึงใน วิทยากร เชียงกุล, 2551, น. 97-98) ได้ให้นโยบายของธนาคารกรามีน ที่ต่างจากองค์กรพัฒนาอื่น ๆ คือ ยูนุสเชื่อว่าการที่ชาวบ้านมีชีวิตอยู่รอดมาได้ก็แสดงว่าเขามีทักษะในการเอาตัวรอดอยู่แล้ว การฝึกอบรมจะมีประโยชน์ก็ต่อเมื่อเป็นความต้องการของชาวบ้านจริง ๆ ไม่ใช่เป็นเรื่องที่นักฝึกอบรมไปคิดแทนชาวบ้าน และตั้งเป็นเงื่อนไขให้ชาวบ้านต้องเข้าฝึกอบรม ซึ่งแนวความคิดของยูนุสสะท้อนความจริงใจในการแก้ปัญหาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง เพราะฉะนั้นธนาคารออมสินในฐานะที่เป็นสถาบันการเงินหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก (ธนาคารออมสิน, 2552, น. 46) ควรทำการศึกษาความต้องการของผู้กู้ว่ามีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการพัฒนา

อาชีพในประเด็นไหน เพื่อช่วยส่งเสริมได้ถูกต้องและตรงความต้องการ ผู้รู้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

3. การเปิดรับสื่อโดยรวมเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ กลับพบว่า การเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นั่นหมายถึง ยิ่งผู้ใช้บริการสินเชื่อมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากเท่าไรจะยิ่งทำให้มีความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดีคือสามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับได้โดยตรงและสามารถชักจูงให้ผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยแบบกันเอง สามารถทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นราย ๆ ได้ และยังทำให้ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอร์สและสเวนนิ่ง (Rogers & Svenning, 1969, p. 125) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อบุคคลไว้ว่า มีความสามารถในการเลือกผู้รับสาร ในการที่จะจัดการเลือกรับสารของผู้รับสารและปริมาณของปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) สูงกว่าสื่อมวลชน นอกจากนั้นยังมีประสิทธิผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยจึงทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนที่ถูกต้องมากขึ้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แทรมม์ ได้กล่าวว่า อิทธิพลของสื่อบุคคลว่ามักจะเป็นไปอย่างไม่ได้ตั้งใจ มีลักษณะยืดหยุ่นและก่อให้เกิดความไว้วางใจ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมีอิทธิพลมาก ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อตัวผู้ส่งสารที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน และมีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจได้จึงทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนที่ถูกต้องมากขึ้น หากได้รับข่าวสารที่ถูกต้องจากบุคคลดังกล่าว

4. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน โดยสื่อมวลชนสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และสื่อเฉพาะกิจสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันน้อย นั่นหมายถึง ยิ่งผู้ใช้บริการสินเชื่อมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากเท่าไรจะยิ่งทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากขึ้นไปด้วย สอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2529, น. 25) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นไม่เคยมีความรู้

หรือประสบการณ์สิ่งนั้นมาก่อนและต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด และผลการศึกษายังพบว่า ยิ่งผู้ให้บริการสินเชื่อมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากเท่าไรจะยิ่งทำให้มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากขึ้นไปด้วย สำหรับสื่อบุคคลไม่พบความสัมพันธ์

5. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่มีความสัมพันธ์กันน้อย นั้นหมายถึง ยิ่งผู้ให้บริการสินเชื่อมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากเท่าไรจะยิ่งทำให้มีพฤติกรรมการใช้บริการโครงการธนาคารประชาชนบ่อยครั้งมากขึ้นไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960, อ้างถึงใน สุภารักษ์ จูตระกูล, 2537, น. 23) กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงแรงเสริมไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคล ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆที่นอกเหนือจากการสื่อสาร เช่น กระบวนการเลือกรับสาร อุปนิสัย บรรทัดฐานของกลุ่ม เป็นต้น

6. ความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนและสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ยิ่งผู้ให้บริการสินเชื่อมีความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากเท่าไรจะยิ่งทำให้มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมากขึ้นตามไปด้วย เพราะหากมีความรู้ที่ถูกต้องซึ่งตรงกับความต้องการในการใช้บริการของตนเองแล้ว ย่อมส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีต่อโครงการธนาคารประชาชนตามไปด้วย สอดคล้องกับคำกล่าวของ Phillip G Zimbardo (1977, อ้างถึงใน นพดล ทองมัน, 2541, น. 39) ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือมีความรู้ ความเข้าใจดี การที่จะใช้ให้เกิดการยอมรับปฏิบัติสิ่งใดจะต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อนโดยการให้ความรู้

7. ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการธนาคารประชาชน และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ยิ่งผู้ให้บริการสินเชื่อมีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนในเชิงบวกมากเท่าไรจะยิ่งทำให้มาใช้บริการสินเชื่อบ่อยขึ้นตามไปด้วย ซึ่งหลังจากเปลี่ยนแปลงความรู้และทัศนคติแล้ว การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารด้วย จึงทำให้มีโอกาที่จะมาใช้บริการธนาคารประชาชนบ่อยขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุมณ อยู่สิน (2547, น. 152) ที่กล่าวว่า

การสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้นั้น ทักษะและพฤติกรรมของคนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ถ้าสามารถเปลี่ยนทัศนคติได้ พฤติกรรมก็ย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนผ่านสื่อบุคคลมากที่สุด ธนาคารออมสินควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้แก่กลุ่มลูกค้า โดยพัฒนาช่องทางการสื่อสารผ่าน Call Center โทร. 1115 ให้เป็นที่รู้จักและมีประสิทธิภาพ เพราะการสื่อสารผ่าน Call Center นั้น เป็นรูปแบบการสื่อสารสองทางที่ลูกค้าสามารถซักถามเพื่อความเข้าใจได้ทันที ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่ช่วยอำนวยความสะดวกและเป็นการช่วยประหยัดเวลาให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ

2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนที่ธนาคารออมสินเผยแพร่ออกไป ควรจะเป็นข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และควรนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน มากกว่าข้อความที่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อให้มาใช้บริการ

3. ธนาคารควรพัฒนารูปแบบของสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชน เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ การจัดงานต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง เพราะผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำ

4. ธนาคารควรจัดให้มีโครงการให้คำแนะนำ/หรือจัดการอบรมอาชีพ ให้แก่กลุ่มลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างความรู้ สร้างทักษะในการประกอบอาชีพ โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงให้ลูกค้าได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ โดยธนาคารเป็นผู้สนับสนุนและดำเนินการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการประเมินผลการสื่อสาร ในขอบเขตความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน โดยผู้ศึกษามี

ความสนใจศึกษาผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารเท่านั้น ควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาประชาชนผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานีเท่านั้น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ต่อไปสามารถขยายขอบเขตในวงกว้าง โดยการเพิ่มพื้นที่ในการศึกษาไปยังจังหวัดอื่น ๆ เพราะโครงการธนาคารประชาชนเป็นโครงการที่เปิดดำเนินการทั่วประเทศ

3. ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณ และระยะเวลาทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนใหญ่เป็นการเก็บข้อมูลในบริเวณพื้นที่สาขาของธนาคารออมสิน ซึ่งอาจจะทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึกไม่เป็นอิสระในการตอบคำถาม