

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องทักษณคติของสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษณคติค่านความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจและปัญหาของสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างจากสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนที่ได้รับอนุมัติเงินกู้จากธนาคารออมสินในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตามสัดส่วน ที่ทำการสาขา ประมาณผลข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยต่อวันหนัก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-40 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขายสินค้าประเภทอุปโภค ระยะเวลาการเป็นสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนมากกว่า 12 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับอนุมัติเงินกู้ตามที่ขอครึ่ง วงเงินที่ได้รับอนุมัติอยู่ในช่วง 10,000 – 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามกู้เงินจากโครงการธนาคารประชาชนมาแล้ว 1 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน ระยะเวลาที่รอการอนุมัติเงินกู้น้อยกว่า 1 เดือน ระยะเวลาในการผ่อนชำระจำนวน 12 เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของโครงการธนาคารประชาชนนี้ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยรายละเอียดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ด้านคุณสมบัติของผู้ค้าประกัน ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระ ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการธนาคารประชาชน ด้านคุณสมบัติของสมาชิกโครงการธนาคารประชาชน ด้านขั้นตอนระเบียบในการขอภัยเงิน ด้านสิทธิประโยชน์จากการเป็นสมาชิกโครงการธนาคารประชาชน ด้านวงเงินกู้ และด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมการติดต่อบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยส่วนประสมการติดต่อบริการด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางภาษาฯ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในอันดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรได้แก่ ความสุภาพอ่อนน้อม และเต็มใจให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ภาพพจน์ของธนาคาร ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ หลักเกณฑ์ในการขอภัยด้านมิลินท์ท่ออยู่และสถานที่ประกอบอาชีพแน่นอน สามารถติดต่อได้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะอาดของอาคารสถานที่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางภาษาฯได้แก่ ความเหมาะสมในการแบ่งพื้นที่บริการเป็นແນกและมีป้ายบอกชื่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานธนาคาร ปัจจัยด้านราคาได้แก่ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการโครงการธนาคารประชาชน เรียงลำดับจากปัญหาที่พบมากที่สุดในแต่ละด้านดังนี้ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จอดรถคับแคบ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วงเงินกู้น้อย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การแยกของที่ระลึกไม่ทั่วถึง ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางภาษาฯ ได้แก่ เคาน์เตอร์ให้บริการไม่เพียงพอ ปัญหาด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสูง ปัญหาด้านกระบวนการ ได้แก่ ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้นาน ปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการล่าช้า

Abstract

TE141878

The aim of this independent study of “The Attitudes of the People’s Bank Customers Toward People’s Bank Loan Services in Amphoe Mueang ,Changwat Chaing Mai .” was to investigate the attitudes regarding acknowledgment, satisfaction and problems of the customers of the People’s Bank Project towards the loaning service project in Amphoe Mueang ,Changwat Chiang Mai . Sample of 300 customers were purposively selected from the customers of the project whose loan applications were granted by the government savings banks located in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai . A set of questionnaire was administered to those samples singled out from branches to collect the data. The data collected was processed through descriptively narrated together with some statistic aspects like frequencies, percentage, means and weighted means.

The results showed that those respondents were mostly female with the age range of 31 – 40 years and finished primary level of school. Most of them were owned their own business of consumer goods. They were customer of the project for more than 12 months. The loan granted ranged from 10,000 – 15,000 baht. Once they were approved , the loans were set aside for working capital. They spent less than 1 month waiting for the loan to be granted. The loan payment was made into 12 months installments.

The respondents acknowledged about the details of the project were at a fair level; their acknowledgment regarding the collateral figures' qualifications was quoted at a high level while their acknowledgment regarding other aspects which respectively included the installment paying period, the project objectives, the project's customers qualifications, the procedure of loan application, the project's customers benefits, the volumes of loan, the interest rates were quoted at fair level.

The respondents were satisfied with the factors regarding the service marketing mix; their satisfaction was quoted at a high level for the personnel factor while those of the other factors – which respectively included products, process, place, physical evidence and presentation, promotion and prices were quoted at a fair level. But when these factors were categorized, the personnel factor was ranked first in terms of courtesy, serving willingness of the employees while those regarding the products factor was focused upon the bank image. As for the process factor, the respondents focused upon the Banks requirement about permanent business premises and easy in which to contact . Regarding the place factor, they quoted upon the premise cleanliness while those of the physical evidence and presentation included the appropriateness of department zoning with sign and identities. For the promotion factor, they focused upon the information and suggestion provided by the bank employees. As for pricing factor, they focused upon the interest rate of 1% monthly.

The problems that respondents encountered when making use of the services rendered by the project which categorized from most frequently encountered were as follows: the place factor which regarded the unavailability of parking lots; the products factor which regarded the loan amount; the promotion factor which included the unavailability of premium goods; the physical evidence factor conducted which included the unavailability of counter services; the pricing which included high interest rates; the process which included the loan approval take long time; the personnel which included the speed services rendered by the employees were very slow.