

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโครงการธนาคารประชาชนในเขตรายภูธรบุรีระ กรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้จำนวน 360 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเพื่อเลือกตัวอย่างจากสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนที่ได้รับอนุมัติเงินกู้แล้วจากธนาคารออมสินสาขารายภูธรบุรีระ เฉพาะผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารออมสินสาขารายภูธรบุรีระ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีอาชีพค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 24 เดือน จำนวนเงินที่ได้รับอนุมัติ 10,001-15,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนขยายกิจการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโครงการธนาคารประชาชนทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านอื่นๆ ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงเป็นลำดับแรกคือ ระยะเวลาในการกู้มีความเหมาะสม ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงเป็นลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 1 ต่อเดือน ปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารเดินทางไปมาสะดวก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย แผ่นพับ ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ เอกสารที่ใช้ในการขอกู้จัดเตรียมง่าย และปัจจัยอื่นๆที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ ขาดเงินทุนหมุนเวียน

ปัญหาที่พบและมีผลต่อการใช้บริการโครงการธนาคารประชาชนทุกปัญหา มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับคือ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ปัญหาด้านช่องทางให้บริการ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาด้านราคา

ส่วนปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ วงเงินกู้ต่ำ ปัญหาด้านราคาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ยคิดน้ดชำระหนี้สูง ปัญหาด้านช่องทางให้บริการที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ การให้บริการรับฝากเงินนอกสถานที่ไม่ทั่วถึง ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย แผ่นพับ มีจำนวนน้อย ปัญหาด้านบุคลากรที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการล่าช้า ปัญหาด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ เคนเตอร์ให้บริการไม่เพียงพอ และปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่พบที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรกคือ ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยาวนาน

The purpose of this independent study was to study which factors can have affected to the decision of using the services of people bank project in Rat Burana District, Bangkok Metropolitan. The sample consisted of 360 applicants who already received their loan, selected by methods of purposive and convenience sampling. The instrument used for collecting data was by questionnaires. The statistical analysis of data was based on frequency, percentage and mean. The results of this study revealed that:

From the independent study had found that most of the respondents were female, aged between 30-39, junior high school for the average education. They conducted their own retail sale business, and had 5,001-10,000 baht for their average monthly salary.

Furthermore, the respondents had been members of this project more than 24 months. The value of each loan approved was about 10,001-15,000 baht for expansion of their businesses and also for their current working capital.

All main factors that had affected the decision to use people bank project were at "moderate" level. The factors could be ranking in terms of important level as: price factor, people factor, service processing factor, product factor, other factor, physical evidence factor, promotion factor and place factor respectively.

Each marketing mix factors could be categorized into sub-factor and analyzed the affecting factors according to the important level. Results were as follows:

For product sub-factor, the appropriate loan term was the highest score. For price sub-factor, the one-percent loan rate was the highest average scores. For place sub-factor, the convenient location for customer was the highest. Regarding promotion sub-factor, television-ad. and brochure were the highest average scores. For people sub-factor, the friendliness and service mind were the highest. For physical evidence sub-factor, the highest average scores were modern materials used in the office. For process and other factor sub-factor, the simplicity of loan application and insufficient working capital of respondents.

The problems found and affected project selection were scored at "moderate" level and could be ordering according to the important level as: service processing problem, people problem, product problem, physical evidence problem, place problem, promotion problem and price problem.

Also, each problem could be categorized into sub-problems and analyzed the level of important for each sub-problem. The sub-problem that attained the highest score for product, price, place, promotion, people, physical evidence and processes were as follow: The less credit line value of each loan approval, the high interest rate of penalty, the inadequacy of service area for an outside office operation which related to the primary banking services, the lack of using mass media to promote the project such as television, cut-out plate or even brochure, the retardation of services, the insufficiency of service counters, the long processing time for loan approval.