

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลจากการเกิดปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจกับประเทศไทยอย่างรุนแรงในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลได้ประกาศให้ค่าเงินบาทลอยตัว ส่งผลให้สกุลเงินบาทของประเทศไทยอ่อนค่าลง เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินจากหนี้สินที่เพิ่มขึ้นกับธุรกิจต่างๆ จนกระทั่งทำให้ผู้ดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนมากประสบกับภาวะขาดทุนและล้มละลาย ภาวะทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นส่งผลต่อสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการปล่อยกู้แล้วเกิดปัญหาหนี้เสีย หรือหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loans) นับเป็นจำนวนเงินมากมายมหาศาล สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์หลายแห่งต้องถูกปิดกิจการลงเนื่องจากขาดทุนจากการกันสำรองและตัดหนี้เสีย ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้เนื่องจากไม่มีทุนเพียงพอ

ทางด้านสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ที่ยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อ ได้นำวิธีการต่างๆ มาใช้เพิ่มทุน เช่นการระดมทุนออกหุ้นกู้จำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ วิธีการรวบรวมกิจการแล้วตั้งเป็นธนาคารใหม่ หรือใช้ชื่อเดิมของธนาคารแกนหลักในการรวบรวม นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ยังจำเป็นที่จะต้องคิดค้นกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างชาติที่เข้ามาถือหุ้นอื่นๆ ได้ อาทิการจัดโครงสร้างองค์กรใหม่ การปรับปรุงเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการต่างๆ ได้แก่ บริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อัตโนมัติ เช่น เครื่อง ATM เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) เป็นต้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Telephone Banking) ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking / E-Banking) และบริการธนาคารผ่านทางมือถือ (Mobile Banking)

และเนื่องจากในปัจจุบันความต้องการของผู้ใช้บริการทางการเงินมีความหลากหลายมากกว่าในอดีต ดังนั้นธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งจึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินใหม่ๆ โดยมุ่งเน้นเป้าหมายทางการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าประเภทบุคคลรายย่อยมากกว่ากลุ่มลูกค้ารายใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมเหมือนเช่นในอดีต สาเหตุเนื่องมาจาก กลุ่มลูกค้ารายย่อยเป็นฐานลูกค้าที่มีขนาดใหญ่กระจายอยู่ทั่วไปในตลาด ทำให้ความเสี่ยงในการปล่อยสินเชื่อลดลงและมีโอกาสในการทำรายได้เพิ่มขึ้นจากการเก็บดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม จะเห็นได้

ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจธนาคารพาณิชย์เติบโต และถือเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบให้กับธนาคารได้

ธนาคารพาณิชย์ต่างๆตระหนักถึงบทบาทและความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองของความต้องการของลูกค้า โดยคาดหวังว่าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดีต่อธนาคาร แต่ในความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ธนาคารเปิดให้บริการบางประเภทกลับไม่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าตามที่ธนาคารคาดหวัง ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่แนวความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ขององค์กร โดยส่วนใหญ่มาจากผู้บริหารระดับกลางเป็นสำคัญ แม้ว่านโยบายของธนาคารจะมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก แต่ในทางปฏิบัตินั้นธนาคารขาดการวิเคราะห์สภาพการณ์และโอกาสทางการตลาด รวมถึงไม่ได้มุ่งเน้นที่ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) เป็นหลัก เนื่องจากองค์กรไม่มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) หรือ การจัดทำ Focus Group หรือ การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการจากผลิตภัณฑ์ที่ธนาคารคู่แข่งเปิดให้บริการสู่ตลาดก่อน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าลูกค้ามิได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคาร แต่การวางแผนและออกแบบแนวความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เกิดจากการคิดนึกแทนลูกค้า และเกิดจากการดำเนินตามแนวความคิดของคู่แข่งที่เปิดใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการประเภทเดียวกันสู่ตลาดก่อน

การศึกษาและวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการทางการเงินประเภทต่างๆไม่ว่าจะเป็นบริการทางด้านสินเชื่อหรือด้านเงินฝาก โดยทำการวิเคราะห์ร่วมกับความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการในช่องทางต่างๆของธนาคารและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ใช้บริการธนาคาร จะทำให้ทราบถึงความเชื่อมโยงกันของปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร อันได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าผู้ใช้บริการทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2. พฤติกรรมการใช้บริการในช่องทางต่างๆของธนาคาร ซึ่งได้แก่ การใช้บริการธนาคารสาขาทั่วไป การใช้บริการธนาคารสาขาในศูนย์การค้า และการใช้บริการธนาคารด้วยตนเองจากเครื่องอัตโนมัติและระบบโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต

3. ความต้องการใช้บริการทางการเงินประเภทต่างๆ ทั้งทางด้านบริการเงินฝากประเภทต่าง (Savings/Fixed/Current) และทางด้านบริการสินเชื่อ (Loans)

การทราบและเข้าใจถึงความเชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆข้างต้น จะนำไปสู่นวัตกรรมในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มีคุณค่าในมุมมองของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายได้อย่างเหมาะสมและได้รับการตอบรับจากลูกค้าตามที่ธนาคารคาดหวังไว้ ตลอดจนสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการกับธนาคาร สิ่งเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธนาคารพาณิชย์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในช่องทางบริการต่างๆ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับความต้องการใช้บริการทางการเงินของธนาคารพาณิชย์
3. เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคารให้เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

1.3 ขอบเขตของการทำวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้รวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคคลที่ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไปในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ของข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการในช่องทางต่างๆของธนาคาร เชื่อมโยงเข้ากับความต้องการใช้บริการทางการเงินประเภทต่างๆของธนาคาร เพื่อใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคารพาณิชย์ให้เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษาการศึกษาความต้องการใช้บริการที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ทางด้านเงินฝากและสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

1.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาความต้องการใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ of ธนาคารพาณิชย์ มีข้อจำกัดทางด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ ดังนั้นจึงจำกัดขอบเขตในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามอยู่แค่เพียงผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ทั่วไปในจังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น และกรณีศึกษาการศึกษาความต้องการใช้บริการที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ทางด้านเงินฝากและสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นสถาบันทางการเงินที่มีขนาดใหญ่ และมีการนำเทคโนโลยีที่มีความยืดหยุ่นมาใช้ในการดำเนินงานทางด้านเงินฝากและสินเชื่อ แต่อย่างไรก็ตาม ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ยังขาดหน่วยงานที่มุ่งเน้นในเรื่องของการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉพาะ ดังนั้นจึงเป็นการยากในการทดสอบและตรวจสอบ (Testing and Validation) ถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวคิดที่เป็นข้อเสนอแนะในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคารพาณิชย์

1.5.2 สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการในช่องทางต่างๆของธนาคารเข้ากับความต้องการใช้บริการทางการเงินประเภทต่างๆของธนาคารพาณิชย์

1.5.3 สามารถนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ (New Product/Service Promotion) ของธนาคารพาณิชย์ ให้เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์

1.6 แผนการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคารพาณิชย์ เริ่มขึ้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2548 ถึงวันที่ 20-ตุลาคม 2548 รวมทั้งสิ้นเป็นเวลา 327 วัน โดยมีแผนการดำเนินงานตามขั้นตอนดังตารางที่ 1.1 และตารางที่ 1.2



ตารางที่ 1.2

แผนการดำเนินงานวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องกาใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคารพาณิชย์ – ส่วนที่ 2

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน																															
	พ.ค. 49				มิ.ย. 49				ก.ค. 49				ส.ค. 49				ก.ย. 49				ต.ค. 49				พ.ย. 49							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
5. ดำเนินงานวิจัย																																
5.1 เก็บข้อมูลและลงรหัสข้อมูล																																
5.2 ประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมทางสถิติ																																
6. วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย																																
7. เขียนรายงานวิจัย																																
8. เสนอรายงานวิจัยและสอบงานวิจัย																																