

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาวะการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ที่ได้เจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดผลในการพัฒนาประเทศพร้อมๆ กับปัญหาที่ซับซ้อนกันไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจนั้นจะต้องมีตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความสะดวกยิ่งขึ้น ตัวกลางที่ทำหน้าที่นั้นก็คือ ธนาคารต่าง ๆ ตามที่ทราบกันว่าในปัจจุบันธนาคารมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันมาก เนื่องจากธนาคารเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนตราสารทั้งสินค้าและบริการโดยไม่จำเป็นว่าจะต้องมีความสัมพันธ์กันมาก่อน ธนาคารเป็นเครื่องบ่งชี้ความเจริญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศได้ ถ้าประเทศใดมีความมั่นคงมาก ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ก็จะมีธนาคารของตัวแทนของประเทศต่างๆ เปิดดำเนินการกันมาก ธนาคารจึงเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญเติบโตของท้องถิ่นนั้นๆ ที่ธนาคารเหล่านั้นไปตั้งอยู่ เพราะธนาคารแตกต่างจากสถาบันการเงินอื่นๆ คือนอกจากทำหน้าที่ในการรับฝากเงินและจ่ายคืนเมื่อทวงถามแล้ว ธนาคารยังสามารถนำเงินฝากไปให้กู้ยืมและลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ถึงแม้ธนาคารจะไม่ได้สร้างมั่งมี (ทรัพย์สิน) ขึ้นมาก็ตาม แต่การให้กู้ยืมการลงทุนและกิจกรรมอย่างอื่นๆ ที่ต่อเนื่องกันทำให้สามารถนำทรัพย์สินที่มีอยู่ไปใช้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เมื่อมีการลงทุนก็มีการจ้างงานและมีรายได้เกิดขึ้น ตามหลักเศรษฐศาสตร์ เศรษฐกิจของท้องถิ่นหรือประเทศก็ดีขึ้น (ดุยิต มณีรัตน์, 2546 : 1)

ในยุคเทคโนโลยีก้าวหน้า ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของไทยมีการแข่งขันในด้านการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นมาก ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ของไทยมีลักษณะเป็นการผูกขาดตลาดโดยผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการค้าและการดำเนินงานของธนาคารหนึ่งจะมีผลต่อการดำเนินงานของธนาคารอื่นๆ ด้วยจึงก่อให้เกิดการแข่งขันในด้านบริการ โดยมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการทำงานเป็นการแก้ไขปัญหาด้านการเก็บรักษาเอกสารและช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของธนาคารในระยะยาวซึ่งจะเห็นได้ว่าวิวัฒนาการการแข่งขันของธุรกิจธนาคารได้มาถึงจุดแข่งขันกันด้วยเทคโนโลยีและความแปลกใหม่ของการบริการรวมถึงความฉับไวในการตัดสินใจเสนอบริการใหม่ด้วย ดังนั้นความรวดเร็วจึงเป็นที่มีความสำคัญ จะเห็นได้จากเมื่อธนาคารได้นำบริการใหม่ออกมาเสนอลูกค้า ธนาคารอื่นๆ จะไม่รั้งรอที่

จะปฏิบัติตามแม้จะต้องลงทุนด้วยเงินจำนวนสูงและทำให้ต้นทุนการบริการสูงขึ้นก็ตาม (จักรกฤษณ์ เกิดภู, 2541 : 1)

นับตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระอัฐมรามาธิบดินทร พระมกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ตราพระราชบัญญัติคลังออมสิน พุทธศักราช 2456 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2455 และประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456 จึงถือได้ว่า “คลังออมสิน” ได้ถือกำเนิดขึ้น ต่อมามีการประกาศใช้พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ.2489 เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ.2489 โดยแยกกิจการคลังออมสินจากกรมไปรษณีย์โทรเลข แล้วโอนไปดำเนินการกิจการในสังกัดกระทรวงการคลังมีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินกิจการตามกฎหมายนับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และเปลี่ยนชื่อเป็น “ธนาคารออมสิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพทางทรัพย์สินให้แก่สังคมไทย การดำเนินธุรกิจธนาคารออมสินมุ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาธนาคารในทุก ๆ ด้าน ตั้งแต่การตราพระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ระเบียบวิธีปฏิบัติการรับฝากเงิน เพื่อทำหน้าที่เป็นสถาบันระดมเงินออมจากประชาชน โดยขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจและบริการเต็มรูปแบบ ทั้งในด้านการลงทุนแสวงหาผลประโยชน์ การปรับปรุงโครงสร้างและนโยบายการบริหารงาน การร่วมมือกับสถาบันธนาคารออมสินนานาชาติ ในขณะเดียวกันก็เร่งขยายสาขาทั้งในรูปแบบสำนักงานถาวรและสาขาเคลื่อนที่ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งในจังหวัดเพชรบุรีด้วย (ธนาคารออมสิน, 2540)

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานเปิดดำเนินการมาแล้วกว่า 90 ปี เป็นธนาคารที่อยู่เคียงข้างประชาชนและดำเนินการตามนโยบายของรัฐ เป็นธนาคารเพื่อประชาชน มีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงของประเทศ เพื่อการออม การลงทุน การสร้างเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาประเทศ และการบริการทางการเงินที่ครบวงจรแก่ประชาชนทุกระดับทั่วประเทศ พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ 5 ด้าน เพื่อให้ธนาคารบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ อันประกอบด้วย การส่งเสริมการออม การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาคนและสังคมให้มีคุณภาพ การเพิ่มและการขยายการให้บริการและธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน (รายงานประจำปี 2548 ธนาคารออมสิน, 2548 : 11) ถึงแม้ว่าธนาคารออมสินจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ก็ยังต้องปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่ได้ในสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาว่าในปัจจุบันธนาคารออมสินในเขตจังหวัดเพชรบุรี มีภาพพจน์อย่างไรในความรู้สึกของลูกค้า โดยธนาคารออมสินซึ่งปัจจุบันเปิดให้บริการประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 7 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี ท่าช้าง บ้านแหลม ชะอำ เขาย้อย สะพานจอมเกล้า และหนองหญ้าปล้อง ภาพพจน์ของธนาคารเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง ธนาคารออมสินในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารมาอย่างต่อเนื่อง การเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงดีและ

ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า ย่อมมีผู้มาใช้บริการมากกว่าองค์กรที่มีภาพพจน์ด้อยกว่า รวมทั้งลูกค้าที่มีทัศนคติที่ดีหรือมองว่าภาพพจน์ของธนาคารดีจะเป็นผู้ชักจูงลูกค้าใหม่เข้ามา ทั้งยังช่วยปกป้ององค์กร จากการกล่าวหาที่ไม่ดีต่างๆอีกด้วย นอกจากนี้ลูกค้าดังกล่าว ยังช่วยประชาสัมพันธ์ องค์กร ในทิศทางที่ดีได้อีกด้วย ฉะนั้นภาพพจน์ขององค์กรจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ ซึ่งเป็นการประเมินภาพพจน์ของธนาคาร 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านคุณภาพการบริการ ด้านบทบาททางสังคม ของลูกค้าธนาคารว่าอยู่ในระดับใด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมมีผลกับภาพพจน์ของธนาคารอย่างไร รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่าลูกค้าธนาคารออมสินมีความรู้สึกรู้สึอย่างไรกับภาพพจน์ของธนาคาร ข้อมูลจากการศึกษาสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ การวางกลยุทธ์ของธนาคารให้ไปสู่เป้าหมายได้อย่างเหมาะสมสามารถแข่งขันและเตรียมสู่การเปิดเสรีทางการเงินในอนาคต

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับใด
2. ภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับใด
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันหรือไม่
4. ภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันหรือไม่
5. ปัจจัยสภาพแวดล้อมกับภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ

2. เพื่อศึกษาภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน เขตเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้
4. เพื่อเปรียบเทียบภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมกับภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง
2. ภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกัน
4. ภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกัน
5. ปัจจัยสภาพแวดล้อมกับภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรีในทัศนะของลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยผู้วิจัยกำหนดตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้จะแบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ มี 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

2.1.2 ปัจจัยสภาพแวดล้อม จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และด้านการรับรู้ข่าวสาร

2.2 ตัวแปรตาม คือ ภาพพจน์ของธนาคาร จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านคุณภาพการบริการ และด้านบทบาททางสังคม

3. พื้นที่ที่ศึกษา

ธนาคารออมสินในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 7 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี ท่าทราย บ้านแหลม ชะอำ เขาย้อย สะพานจอมเกล้า หนองหญ้าปล้อง

4. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม 2552 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2552

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อความที่ปรากฏในรายงานการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงได้นิยามความหมายของศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาพอสังเขปดังนี้

1. ธนาคารออมสิน หมายถึง ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี
2. ลูกค้าธนาคาร หมายถึง ประชาชนผู้มาใช้บริการกับธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันเป็นลูกค้าของธนาคาร และได้เปิดบัญชีกับธนาคารไว้แล้ว เฉพาะลูกค้าเงินฝาก
3. ภาพพจน์ธนาคาร หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน ใน 3 ด้าน ได้แก่

ด้านความมั่นคง หมายถึง ความมั่นคงทางการเงินและการเติบโตของธนาคารออมสิน และการที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้น

ด้านคุณภาพการบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน ได้แก่ ความถูกต้องและรวดเร็วของการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการ ระเบียบขั้นตอนการบริการ ทัศนคติของเจ้าหน้าที่ให้บริการ และผลตอบแทนในการบริการ

ด้านบทบาททางสังคม หมายถึง การที่ธนาคารมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในสังคมในทุกระดับ ได้แก่ โครงการธนาคารโรงเรียน สินเชื่อเพื่อสังคม สินเชื่อสถานศึกษา กองทุนชุมชน กองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค เป็นต้น

4. ปัจจัยสภาพแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน 4 ด้าน ได้แก่

ด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ท่าเลที่ตั้งสาขา ขนาดของสถานที่ทำงาน ความทันสมัย ความสะดวก ความสะอาด ความปลอดภัย และสถานที่สำหรับจอดรถ

ด้านวัสดุอุปกรณ์ หมายถึง ความทันสมัย ความเพียงพอ และจัดวางในที่เหมาะสม สะดวกในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์ เช่น สลิปฝากถอน ปากกา เครื่องคิดเลข เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องโทรสาร และโทรศัพท์

ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ หมายถึง การที่พนักงานมีมารยาท สุภาพ อ่อนน้อม เป็นกันเอง เข้าใจลูกค้า มีความซื่อสัตย์ เอาใจใส่ลูกค้า และการที่พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ มีประสบการณ์ และมีความคล่องแคล่วว่องไว

ด้านการรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การที่ลูกค้าสามารถรับรู้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของธนาคาร โดยผ่านพนักงาน จากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ และจากการออกบริการนอกสถานที่ของธนาคาร

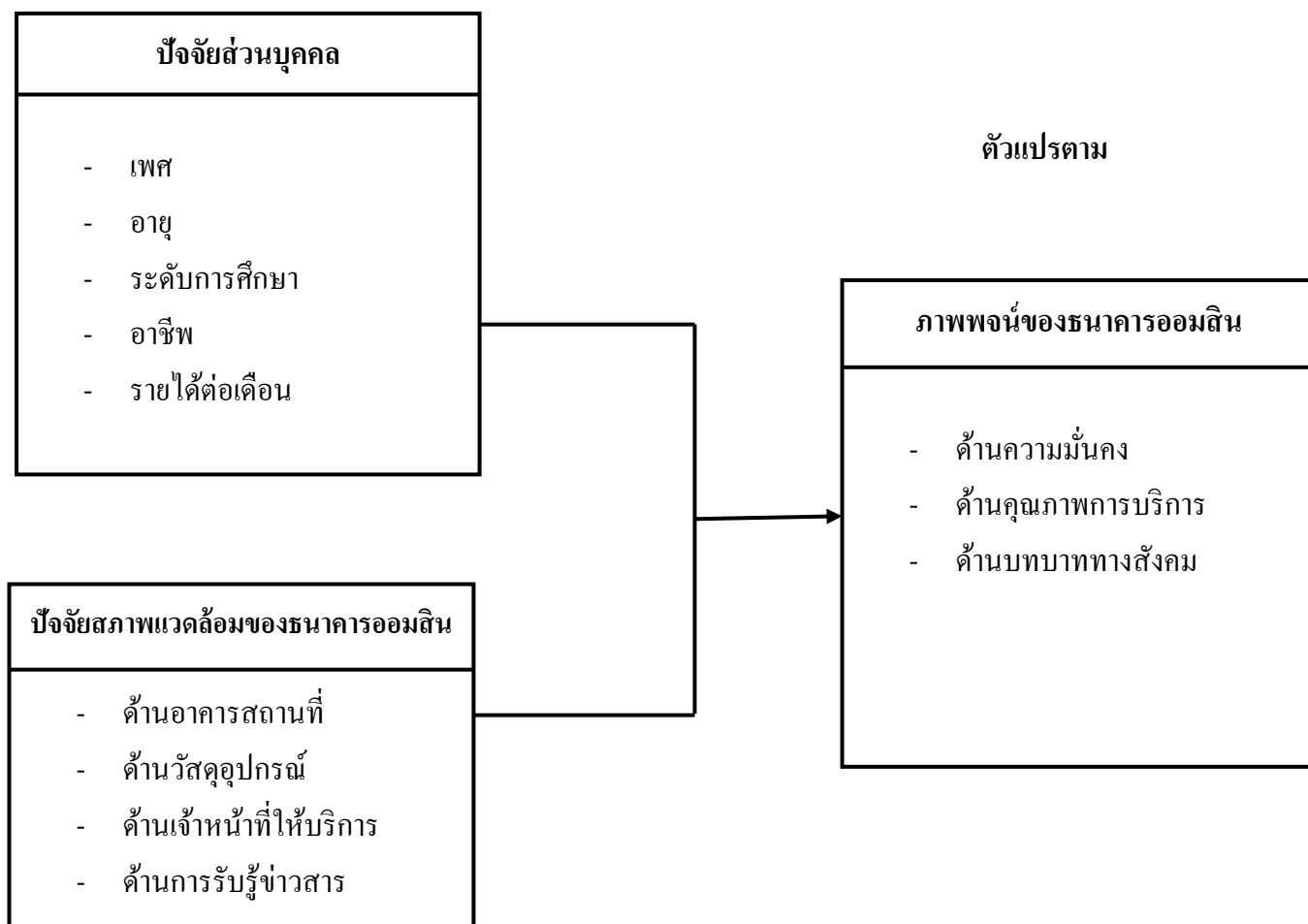
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพพจน์ธนาคารออมสินในทัศนะของลูกค้าธนาคาร: ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาในเขตจังหวัดเพชรบุรี” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประมวลเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ตัวแปรคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งคาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ของธนาคาร

ภาพพจน์ของธนาคารใช้ตามแนวคิดของนวลพรรณ จันทร์สว่าง (2547 : 8) โดยพิจารณาจาก ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านพนักงาน ด้านการรับรู้ข่าวสาร และภาพพจน์ของธนาคาร ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านคุณภาพการบริการ ด้านบทบาททางสังคม มาใช้ในการศึกษาวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงได้ดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบภาพพจน์ของธนาคารออมสิน เขตจังหวัดเพชรบุรี ในทัศนะของลูกค้า
2. นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงธนาคารออมสิน เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีในอนาคต
3. เป็นแนวทางสำหรับธนาคาร องค์กรอื่นๆ หรือผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป