ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

FACTORS AFFECTING SERVICES USING OF CUSTOMERS OF KASIKORN BANK, PRAKHONCHAI BRANCH, BURIRAM PROVINCE

ภาคนิพนธ์

ของ

พัสตราภรณ์ ไชยช่วย

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์

กันยายน 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาภาคนิพนธ์ของ
นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย เรียบร้อยแล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์)

.....กรรมการควบคุม
(รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน)

.....กรรมการควบคุม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นวมินทร์ ประชานันท์)

.....กรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒินันท์ รามฤทธิ์)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับภาคนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุเทียบ ละอองทอง)
วันที่.....เดือน.....17 ต.ค. 2552.....พ.ศ. 2552

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์	
ผู้วิจัย	พัสตราภรณ์ ไชยช่วย	
กรรมการควบคุม	รองศาสตราจารย์ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์	ประธานกรรมการ
	รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน	กรรมการ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวมินทร์ ประชานันท์	กรรมการ
ปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต **สาขา** รัฐประศาสนศาสตร์	
สถานศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ **ปีที่พิมพ์** 2552	

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ใน 3 ด้าน คือ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านองค์กร และด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 7,178 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 367 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ เครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) และใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มี 3 ลักษณะ คือ แบบตรวจสอบรายการ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และ แบบปลายเปิด แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.9702 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านองค์กร และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

2. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า มีจำนวนพนักงานน้อยไม่เพียงพอต่อการบริการลูกค้า พนักงานให้บริการช้า ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูง ตามลำดับ จึงควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการ พนักงานควรบริการให้เร็วขึ้น จัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และควรลดค่าธรรมเนียมในการบริการลง

TITLE Factors Affecting Services Using of Customers of Kasikorn Bank, Prakhonchai Branch, Buriram Province.

AUTHOR Patraporn Chaichuay

ADVISORS Associate Professor Prasit Suvannarak Thesis Advisor

Associate Professor Prajan Kanawan Co-advisor

Assistant Professor Dr. Nawamin Prachanant Co-advisor

DEGREE Master of Public Administration **MAJOR** Public Administration

SCHOOL Buriram Rajabhat University **YEAR** 2009

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate factors affecting services using of customers of Kasikorn Bank, Prakhonchai Branch, Buriram Province.The data was collected from 3 issues : employee's service, organization, and marketing promotion. The samples were selected by the Table of Krejcie & Morgan and Accidental Sampling from the total population of 7,178 people. By this table, the samples of the customers were 367.

There were 3 different parts of the research instruments : check lists, 5-level rating scales, and open-ended questionnaires. The reliability of the questionnair was 0.970 and the statistics used in data analysis were percentage, means, and standard deviation. The findings of the study were as follows:

1. The customers agreed with factors affecting services of the Kasikorn Bank, Prakhonchai Branch, Buriram Province. The factors of employees' services were at the high levels and the services was a number one priority. The organization and the marketing promotion were at the medium levels.

2. The customers also gave additional suggestions and opinions about factors affecting services using of customers of Kasikorn Bank, Prakhonchai Branch, Buriram Province. They pointed out that there was insufficient number of employees regarding staff service, the employees gave the service to the customer quite slowly, there was no security staff at the office and the service fees were quite high. The bank should increase the number of

employees to provide services effectively. Employees should provide faster services, provide security staff, and should reduce the service fees down.

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

ประกาศคุณูปการ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงโดยได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์ ประธานกรรมการควบคุมภาคนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวมินทร์ ประชานันท์ กรรมการควบคุมภาคนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย และขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้เอื้อเฟื้อและประสานงานในการจัดทำภาคนิพนธ์เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน คือ นายสานิตย์ แสงศิริรักษ์ ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย นายกฤติเดช ฐานสันโดษ ธนกรสาขา ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย นายนภดล ศิริเมฆา ธนกรสาขา ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตรวจและแก้ไขแบบสอบถามและให้คำแนะนำเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ บิดา มารดา ตลอดจนญาติพี่น้องและเพื่อน ๆ นักศึกษา สาขารัฐประศาสนศาสตร์ รุ่นที่ 8 ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และให้กำลังใจอย่างดียิ่งแก่ผู้วิจัย ประโยชน์และคุณค่าอันพึงเกิดขึ้นจากภาคนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาแด่บิดา มารดา บูรพาจารย์ คณาจารย์และผู้มีส่วนในการฟูมฟักเกื้อกูลให้กำลังใจในการศึกษาแก่ผู้วิจัยทุกท่าน

พัสตราภรณ์ ไชยช่วย

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	ความมุ่งหมายของการทำวิจัย	3
	ความสำคัญของการทำวิจัย	4
	ข้อตกลงเบื้องต้น	4
	ขอบเขตการวิจัย	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ	8
	ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow)	16
	แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับธนาคาร	18
	แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการ	27
	การจัดตั้งธนาคารกสิกรไทย	32
	บริบทของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์	36
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
3	วิธีดำเนินการวิจัย	41
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
	การวิเคราะห์ข้อมูล	43
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	60
ความมุ่งหมายของการทำวิจัย	60
วิธีดำเนินการวิจัย	60
สรุปผลการวิจัย	61
อภิปรายผล	62
ข้อเสนอแนะ	64
ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้	65
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป	65
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัย	71
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้แบบสอบถาม	75
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม	77
ภาคผนวก ง แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	79
ภาคผนวก จ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	80
ประวัติย่อของผู้วิจัย	87

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rajabhat Rambhai Barni University

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ..... 46

2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ..... 47

3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ..... 48

4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา..... 49

5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ..... 50

6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 51

7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมและรายด้าน..... 52

8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการบริการของพนักงาน..... 53

9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านองค์กร..... 55

10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด..... 57

11 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวม..... 59

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ BURIRAM RAJABHAT UNIVERSITY

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ประสบผลได้สำเร็จนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวางพื้นฐานด้านตลาดเงินและตลาดทุนให้มั่นคงเสียก่อน เพราะความสามารถของระบบเศรษฐกิจที่จะสะสมเงินออมเพื่อนำมาลงทุนต่อไปนั้น เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะชักนำให้เศรษฐกิจขยายตัวต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการออมและการลงทุนนี้มาตั้งแต่ครั้งดำรงพระยศเป็นสยามมกุฎราชกุมาร และได้ฝึกหัดให้มหาดเล็กของพระองค์รู้จักการเก็บออมในธนาคารจำลองชื่อ "ลีฟอเทีย" ที่ทรงตั้งขึ้นครั้นเมื่อทรงครองราชย์แล้วและพบว่าราษฎรมีความไม่ไว้วางใจในธนาคารพาณิชย์เนื่องจากการฉ้อโกงและการล้มละลายของธนาคารที่เกิดขึ้นเสมอ พระองค์จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งคลังออมสินขึ้น เพื่อเป็นต้นแบบของสถาบันการเงินที่มั่นคงเพราะรัฐบาลค้ำประกัน และยังได้ใช้คลังออมสินนี้เป็นแหล่งฝึกฝนให้เยาวชนรู้จักเก็บออมและมีความเชื่อถือ เข้าใจในระบบธนาคารอีกด้วย อันจะเป็นรากฐานต่อการพัฒนาสถาบันการเงินที่มั่นคงต่อไป
(ศุจิพงศ์ ฉัตราคม. 2551)

ในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและวิวัฒนาการของระบบอินเทอร์เน็ตทำให้โลกได้พัฒนาเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์(Globalization) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารโดยตรงในสภาพที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ไม่เพียงแต่การแข่งขันภายในประเทศเท่านั้น การแข่งขันทางธุรกิจได้ขยายตัวไปแข่งขันกันในระดับโลกซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธนาคารพาณิชย์ไทย เนื่องจากการแข่งขันที่มีมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าในด้านประสบการณ์ ความสามารถในการบริหาร ด้านเทคโนโลยี ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ไทยจึงต้องพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานและการให้บริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นเพื่อรับมือในการแข่งขัน การประกอบธุรกิจของธนาคารในโลกปัจจุบันที่อยู่ท่ามกลางการแข่งขันเสรีทางการเงินซึ่งมีคู่แข่งเป็นธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารต่างประเทศ ทำให้ต้องหากลยุทธ์การให้บริการและเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เปี่ยมด้วยคุณภาพ นอกจากนั้นบริการใดที่ลูกค้าไม่พอใจก็ต้องปรับปรุงและแก้ไข เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าให้ได้ จึงจะนำมาซึ่งการใช้บริการกับธนาคารอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตรรกะที่ว่าทำไมบุคลากรทุกคนในองค์การต้องมีหัวใจการให้บริการเพราะว่าการให้บริการเป็นจุดเริ่มต้นของการขาย จนมีคำกล่าวจากปรมาจารย์ด้านการขายที่ว่า

" ไม่มีการขายใดที่เกิดขึ้นโดยไม่มีการให้บริการ" และการขายนี้เป็นแหล่งที่มาของรายได้ขององค์การ ผลตอบแทนแก่พนักงาน ตั้งแต่การมีงานทำ ได้ผลตอบแทนทางตรงและทางอ้อม ที่เป็นตัวเงินละไม่เป็นตัวเงิน รวมทั้งกำไรแก่ผู้ถือหุ้นทุก ๆ คน มนุษย์จะแตกต่างจากเครื่องจักรตรงการให้บริการที่ตรงใจและอบอุ่นแบบเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ธนาคารกสิกรไทยจึงได้กำหนดกลยุทธศาสตร์การทำธุรกิจแนวใหม่ให้สาขาธนาคารเป็นองค์กรการขายและการให้บริการ โดยเน้นการปรับกระบวนการทำงานของสาขาให้มุ่งสร้างคุณภาพและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าบนพื้นฐานของการจัดการด้านการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ การตลาด และช่องทางการจำหน่ายอย่างมีประสิทธิผล ภายใต้โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์กับธุรกิจที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มรายได้ระยะยาวและต่อเนื่อง (สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์. 2544 : 3-4)

โครงสร้างทางเศรษฐกิจและระบบการเงินของประเทศในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะทางด้านนโยบายและมาตรการทางการเงินนับตั้งแต่รัฐบาลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เริ่มผ่อนคลายกฎระเบียบด้านการนำเข้า-ส่งออกเงินตราต่างประเทศ ทำให้เงินทุนสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรีทางด้านอัตราดอกเบี้ย โดยยกเลิกเพดานอัตราดอกเบี้ยทุกประเภท ทำให้การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์เป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดโอกาสให้สถาบันการเงินต่างประเทศเข้ามาดำเนินการให้บริการทางการเงินในประเทศไทยมากขึ้น และการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ สามารถดำเนินกิจการวิเทศธนกิจ (Bangkok international banking facilities) ได้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันขึ้นระหว่างธนาคารพาณิชย์ด้วยกันซึ่งต่างมีบทบาทในการแย่งชิงลูกค้า เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนเองให้มากขึ้นจึงจำเป็นที่ธนาคารพาณิชย์จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการระดมเงินออมและการอำนวยสินเชื่อซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจหลักของธนาคารในปัจจุบัน เพื่อรองรับภาวการณ์เปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ที่นับวันจะมีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ขณะเดียวกันสามารถสนองความต้องการของลูกค้าด้วย(ดวงตะวัน พงษ์รูป. 2549 : 1)

ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารพาณิชย์เอกชน ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐผ่านธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ต้องนำนโยบายด้านการเงินและนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลดีเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และด้านบริการสาธารณะ อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน ก็มีความจำเป็นต้องดำเนินไปเพื่อผลกำไร เพื่อตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น แก่พนักงาน และเพื่อการเติบโตขององค์กร โดยธนาคารกสิกรไทย เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และดำเนินการด้วยพนักงานชุดแรกเริ่มจำนวน 21 คน ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นต้นมา ธนาคารสามารถเจริญเติบโตและก้าวหน้าในด้านสินทรัพย์, เงินฝาก, การขยายเครือข่ายสาขา และจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

ในด้านเครือข่ายของสาขา ณ เดือนธันวาคม2551 มีสาขาในประเทศ จำนวน 660 สาขา และสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแองเจลิส, สาขาฮ่องกง, สาขาหมู่เกาะเคย์แมน, สาขาเซินเจิ้น, สำนักงานตัวแทนกรุงปักกิ่ง, สำนักงานตัวแทนนครเซี่ยงไฮ้ และสำนักงานตัวแทนเมืองคุนหมิง สาขาและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ในด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศ คู่ค้าทั่วโลก มีจำนวนพนักงาน 13,560 คน และเครื่องเอทีเอ็ม จำนวน 5,102 เครื่อง ธนาคารกสิกรไทยได้รวมกลุ่มจัดตั้งเป็นเครือธนาคารกสิกรไทย โดยมีธุรกิจในเครือธนาคารกสิกรไทย คือ แฟคเตอริ่งกสิกรไทย หลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย หลักทรัพย์กสิกรไทย และลีสซิ่งกสิกรไทย เพื่อเป็นพลังสร้างสรรค์องค์กรทางการเงิน เพื่อความแข็งแกร่ง และพร้อมให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าอย่างครบครัน(ประวัติธนาคารกสิกรไทย. 2551) ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย เป็นสาขาลำดับที่ 384 เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2535 ที่ตั้ง 287 ม.3 ถ.โชคชัย-เดชอุดม ต.ประโคนชัย อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140 โดยใช้นโยบายการบริหารงาน คือ สรรสร้างความเป็นเลิศในการบริการสร้างสรรค์เพื่อความพึงพอใจของทุกคน เพื่อการบริการที่ดีและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

การให้บริการลูกค้าที่มีคุณภาพจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของธนาคารในภาวการณ์แข่งขันสูง เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้านต่างๆ มีจำนวนมาก และในทำนองเดียวกัน หลายๆธนาคารต่างแข่งขันกันที่จะให้บริการแก่ประชาชนในรูปแบบต่างๆรวมทั้งการเปิดสาขาเพิ่มเพื่อให้การบริการครอบคลุมไปทั่วประเทศผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร ตลอดจนปัญหาและข้อคิดเห็นต่างๆของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการบริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการทำวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ความสำคัญของการทำวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2. เป็นสารสนเทศในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัยและสาขาอื่น ๆ

ข้อตกลงเบื้องต้น

ใช้ประชากรที่เปิดบัญชีธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2551

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยทางการบริหารของธนาคาร 3 ด้าน (สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์. 2543 : 7) คือ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านองค์กร ด้านส่งเสริมการตลาด

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ คือ

2.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 7,178 คน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2551

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. 2538 : 236-238) จะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน แล้วใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการ

3. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ใน 3 ด้าน คือ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านองค์กร ด้านส่งเสริมการตลาด

4. ระยะเวลา ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ 2552

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เข้าใจความหมายของศัพท์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงให้นิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

1. **ปัจจัย** หมายถึง เหตุอันเป็นแนวทางให้เกิดผล เป็นสิ่งกระตุ้น ส่งเสริมให้เกิดการกระทำ

2. **ความต้องการใช้บริการ** หมายถึง ความต้องการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ที่เป็นบริการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคาร หรือบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร

3. **ลูกค้าธนาคาร** หมายถึง ประชาชนผู้ที่ติดต่อใช้บริการประเภทใดประเภทหนึ่งกับธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

4. **ธนาคาร** หมายถึง สถานที่ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ออมเงินกับผู้ต้องการใช้เงิน

5. **ธนาคารกสิกรไทย** หมายถึง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6. **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของธนาคาร** หมายถึง สิ่งที่กระตุ้น ส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการของธนาคารมี 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

6.1 ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน หมายถึง ลักษณะการให้บริการของธนาคารที่เกี่ยวกับ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ กิริยามารยาทของพนักงาน บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ความรู้ความเข้าใจในการบริการต่าง ๆ ของพนักงาน การต้อนรับและการให้คำแนะนำ ความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน ความมีน้ำใจเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจของพนักงาน

6.2 ปัจจัยด้านองค์กร หมายถึง คุณลักษณะเกี่ยวกับ ภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคาร การจัดสถานที่สะดวกแก่การติดต่อ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย ตกแต่งสถานที่สวยงาม ความสะอาดของสถานที่ ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร มีเครื่องฝาก-ถอน เงินอัตโนมัติ การให้บริการทางการเงินผ่านอินเตอร์เน็ต ปริมาณสาขามาก

6.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง คุณลักษณะการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแนะนำผลิตภัณฑ์ของพนักงาน มีพนักงานออกไปขายตรง มีการแจก แถม หลังการบริการ มีบริการหักค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ผ่านธนาคาร จ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง ให้บริการน้ำดื่มและผ้าเย็นในสาขา การให้บริการเติมเงินผ่านมือถือ บริการเอทีเอ็ม ซิม

การอนุมัติสินเชื่อภายใน 7 วัน มีระบบการแจ้งเตือนผ่านมือถือเมื่อมีการโอนเงิน หรือใช้จ่ายผ่านบัตร เอทีเอ็มและบัตรเครดิต

7. ประชากร หมายถึง ประชาชนที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 7,178 คน ในช่วงปี พ.ศ. 2549 - 2551

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วได้นำเสนอเป็นการกำหนดแนวทางวิจัย ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
   1.1 แนวทางแบบอัตวิสัยและแบบวัตถุวิสัย
   1.2 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
2. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow)
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับธนาคาร
   3.1 ความหมายของธนาคาร
   3.2 หน้าที่ของธนาคาร
   3.3 ความรับผิดชอบของธนาคาร
   3.4 การดำเนินงานของธนาคารยุคใหม่
   3.5 ทฤษฎีการธนาคาร
   3.6 ระบบธนาคาร
   3.7 ความสำคัญของธนาคาร
   3.8 หลักเกณฑ์ของธนาคาร
4. แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการ
5. การจัดตั้งธนาคารกสิกรไทย
6. บริบทของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

แนวทางแบบอัตวิสัยและแบบวัตถุวิสัย

การให้บริการสาธารณะ เป็นการบริการที่ไม่แสวงหากำไร และมีความเสมอภาค แต่หลักการบริการสาธารณะและการบริการของเอกชนมีความคล้ายคลึงกัน คือ การตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สำหรับการวัดการบรรลุเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะจัดได้ 2 ทาง คือ แนวทางแบบอัตวิสัย และ แนวทางแบบวัตถุวิสัย (สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์. 2544 : 9) คือ

1. แนวทางแบบอัตวิสัย เน้นการสอบถามความคิดของผู้ร้องขอ ผู้ใช้บริการที่วัดได้ 6 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1.1 ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการ หรือ ข้อเรียกร้องของผู้ใช้บริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

1.2 ความเสมอภาคในการให้บริการ

1.3 การให้บริการที่ตรงเวลา

1.4 การให้บริการอย่างเพียงพอ

1.5 ความต่อเนื่องในการให้บริการ

1.6 ความก้าวหน้าในการให้บริการ

แนวทางแบบอัตวิสัย มีฐานคติที่ว่า ผู้ใช้บริการมีความสามารถในการรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับ ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ หรือเกณฑ์ที่แต่ละบุคคลนำมาใช้ในการประเมินผล

2. แนวทางแบบวัตถุวิสัย เน้นการให้บริการสาธารณะของผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการสามารถที่จำวัดได้ คือ ประสิทธิภาพของการให้บริการจากการเปรียบเทียบระหว่างผลผลิตที่เกิดขึ้นกับปัจจัยที่นำเข้าในเชิงปริมาณหรือเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งหลักการที่ดีต้องประกอบด้วย

2.1 ความเชื่อถือได้ (Reliability)

2.1.1 ความสม่ำเสมอ

2.1.2 ความพึ่งพาได้

2.2 การตอบสนอง(Responsiveness) ประกอบด้วย

2.2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ

2.2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

2.2.3 ความต่อเนื่องในการติดต่อ

2.2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

2.3 ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย

2.3.1 ความสามารถในการให้บริการ

2.3.2 ความสามารถในการสื่อสาร

2.3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

2.4 การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย

2.4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการหรือให้บริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรซับซ้อนเกินไป

2.4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย

2.4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ

2.4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อสะดวก

2.5 ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย

2.5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ

2.5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม

2.5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

2.6 การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย

2.6.1 การสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ

2.6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

2.7 ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

2.8 ความมั่นคง (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ

2.9 ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย

2.9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

2.9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

2.9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

2.10 การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility)

2.10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ

2.10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

2.11 การจัดสถานที่ที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rajabhat University

สรุปวิธีวัดการให้บริการสาธารณะในแต่ละด้านมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การวัดแบบอัตวิสัยจะมุ่งเน้นที่ประชากรหรือผู้ใช้บริการ ในขณะที่การวัดแบบวัตถุวิสัยจะมุ่งประเด็นสำคัญ 2 ประเด็น คือ หน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการสาธารณะ สามารถสนองความต้องการหรือข้อเรียกร้องของผู้ใช้บริการได้หรือไม่ อย่างไร และมีความเสมอภาคในการให้บริการหรือไม่

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

มีผู้กำหนดรูปแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริการไว้ หลายรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการ ในธุรกิจการให้บริการ(Three types of marketing strategy in the business) มีรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. 2541 : 211-212)

1. การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของธนาคารจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึง พนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ ให้ทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

2. การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) คือการสร้างคุณภาพการให้บริการให้เป็นที่เชื่อถือและเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ ขึ้นกับความพึงพอใจของลูกค้า

งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการ มี 3 ประการ คือ

1. การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing competitive differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน และพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขันสามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการ คือ

1.1.1 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ได้แก่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับจากบริการหรือธนาคาร เช่น ความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ให้มากับผู้ใช้บริการ เป็นต้น

1.1.2 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service features) ได้แก่บริการที่ธนาคารมีเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น บริการโอนเงิน บริการบัตรเครดิต บัตรเดบิต บริการหักบัญชีเงินฝากเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของลูกค้า

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์โดยอาศัยสัญลักษณ์ ตราสินค้า โดยใช้เครื่องมือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ด้วย

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovation features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป เช่น ธนาคารพาณิชย์ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาบริการให้แก่ลูกค้า

2. คุณภาพการให้บริการ(Service quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้องความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต การพูดปากต่อปาก การโฆษณา ซึ่งลูกค้าจะพอใจเมื่อได้รับสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) ลักษณะของคุณภาพการให้บริการมีดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ต้องรอนาน และสถานที่ตั้งเหมาะสม

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานธนาคารที่ให้บริการต้องอธิบายการเข้ารับบริการอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) พนักงานธนาคารที่ให้บริการต้องมีความชำนาญมีความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) คือพนักงานธนาคารต้องมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง ให้ความช่วยเหลือแนะนำอย่างเป็นมิตร

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ธนาคารต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ธนาคารให้ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานธนาคารจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ธนาคารให้ลูกค้าต้องไม่มีอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการของธนาคารที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้ลูกค้าคาดคะเนถึงคุณภาพการให้บริการที่จะได้รับบริการ ดังกล่าวด้วย

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / knowing customer) พนักงานธนาคารที่ให้บริการลูกค้าต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และสนใจที่จะตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. การบริหารประสิทธิภาพในการให้บริการ (Managing productivity) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ธุรกิจการให้บริการสามารถทำได้ ดังนี้

3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม

3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง

3.3 เปลี่ยนบริการให้เป็นอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วย และสร้างมาตรฐานการให้บริการ

3.4 การให้บริการที่ไปลดการให้บริการอื่น ๆ เช่น บริการตู้ ATM จะช่วยลดบริการหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารได้

3.5 การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำกล่องรับฝากเช็คเร่งด่วนมาใช้ หรือ การมีเครื่องปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ

3.6 การจูงใจให้ลูกค้าใช้แรงงานเขา แทนแรงงานของธนาคาร เช่น การให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มเอง

รูปแบบกลยุทธ์การตลาดการขายสินค้าบริการ

(นิตยา วงศ์ธาดา. 2543 : 2) มีความแตกต่างไปจากสินค้าที่จับต้องได้หลายประการ และการที่จะทำธุรกิจบริการให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจลักษณะของธุรกิจบริการก่อนว่ามีข้อจำกัดหรือโอกาสที่แตกต่างไปจากสินค้าทั่วไปอย่างไรเพื่อที่จะได้หาวิธีการตลาดได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสินค้าบริการมีลักษณะพิเศษดังนี้

1. สินค้าบริการนั้นมีส่วนจับต้องไม่ได้ เช่น การรักษาพยาบาลทัวร์ท่องเที่ยว การให้คำปรึกษา แม้กระทั่งอาชีพหมอดูก็รวมอยู่ด้วยเช่นกัน เมื่อจับต้องไม่ได้แต่ผู้ขายต้องสื่อให้ผู้ซื้อรับทราบ ถึงลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าบริการที่ต้องการจะขาย ต้องให้ข้อมูลการให้บริการที่ผู้ซื้อจะได้รับเพื่อให้ผู้ซื้อเห็นภาพว่าจะได้อะไรจากการซื้อสินค้าบริการนี้

2. ลูกค้าซื้อเพราะความเชื่อว่าจะได้มาในสิ่งที่เขาต้องการ ทั้งที่ไม่รู้ว่าจะได้ตามที่ต้องการหรือไม่ อย่างเช่นการตัดผมลูกค้าคาดว่าจะได้ทรงผมที่ถูกใจ ซึ่งหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้วเขาอาจไม่พอใจในทรงผมที่ช่างตัดผมตัดให้ผู้ขายที่ประสบความสำเร็จในการชักจูงให้

ลูกค้าใหม่และเก่ามารับบริการ จะต้องหาวิธีการที่จะทำให้ผู้ซื้อมีความเชื่อว่าเขาจะได้รับการให้บริการที่ดีก่อนที่เขาจะตัดสินใจซื้อ

3. ผู้ให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด เนื่องจากลูกค้าซื้อบริการเพราะความเชื่อเขาจะเชื่อมั่นในตัว บุคคลที่ให้บริการ จุดนี้จะเป็นปัญหากับเจ้าของธุรกิจที่ไม่สามารถหาพนักงานมาบริการแทนได้ เพราะ ลูกค้าไม่เชื่อในความสามารถของพนักงาน หรือเมื่อเชื่อพนักงานมากลูกค้าก็อาจหยุดมาใช้บริการเมื่อพนักงานลาออกไปจากกิจการ

4. สินค้าบริการถ้าไม่ได้ขายในเวลานั้น ก็จะเกิดการสูญเปล่า ช่วงเวลาที่เจ้าของกิจการหรือพนักงานว่าง เพราะไม่มีลูกค้าเป็นต้นทุน และไม่สามารถจะเรียกคืนได้อีก ถ้าเป็นสินค้าที่จับต้องได้ยังนำมาขายในวันอื่นได้

จากลักษณะของสินค้าบริการที่แตกต่างไปจากสินค้าชนิดอื่น ผู้ประกอบการจะต้องกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสม ซึ่งแนวทางกว้างๆ ในการกำหนดกลยุทธ์ให้ธุรกิจบริการประสบความสำเร็จมีดังนี้

1. การบริหารภาพพจน์ภายนอก ลูกค้ามองกิจการว่าการให้บริการเป็นอย่างไร ถ้าเขาเชื่อว่าธุรกิจบริการนี้ให้ในสิ่งที่เขาต้องการได้ เขาก็จะสนในที่จะใช้บริการ ดังนั้นเจ้าของกิจการต้องมีการบริการภาพพจน์ภายนอกของกิจการ ให้ตรงกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อกับผู้ซื้อ

2. การจัดการภายใน กิจการต้องรู้จุดยืนของตนเองว่าการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีในเรื่องอะไรบ้าง เช่น ผู้ประกอบกิจการจัดทัวร์ท่องเที่ยว ก็ต้องรู้ว่าทำอย่างไรลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางไปกับโปรแกรมทัวร์ที่จัดขึ้น และต้องจัดระบบให้มีการให้บริการนั้นอย่างครบถ้วน เตรียมพร้อมที่จะแก้ปัญหาในเรื่องต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

3. เวลาแห่งความจริง คือ ระยะเวลาที่พนักงานหรือเจ้าของกิจการให้บริการแก่ลูกค้า เพราะเป็นเวลาที่ลูกค้าจะเห็นว่าในการที่เขาซื้อบริการจากความเชื่อนั้นจริงๆ แล้วเขาจะได้ในสิ่งที่เขาต้องการหรือไม่ เจ้าของกิจการจะต้องเอาใจใส่ในคุณภาพในการให้บริการ โดยเฉพาะถ้าต้องใช้พนักงานมาเป็นผู้ให้บริการ ไม่ควรจะปล่อยปละละเลยในเรื่องเล็กน้อยเป็นอันขาดเพราะจะมีผลกระทบกับภาพพจน์ภายนอกกิจการ เช่นพนักงานหวังทิป ก็จะเอาใจลูกค้าที่ให้ทิปดีกว่าลูกค้าอื่นๆ หรือเรียกร้องความเห็นใจเพื่อหวังค่าทิปสูงสิ่งเหล่านี้จะสร้างความไม่พอใจแก่ลูกค้าและอาจไม่กลับมาใช้

การทำธุรกิจบริการให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องทำอะไรบ้าง ซึ่งมีดังนี้

1. หาจุดขายของธุรกิจบริการ ประเด็นนี้อาจเหมือนกับการประกอบธุรกิจชนิดอื่นๆ ที่จะต้องรู้ว่าจุดเด่นของสินค้าบริการนั้นคืออะไร ทำไมผู้ซื้อจะต้องสนใจที่จะซื้อบริการจากเรา

แต่ความยากของธุรกิจบริการก็คือการจับต้องไม่ได้ ผู้ซื้อมองไม่เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องกำหนด จุดยืนอย่างแน่ชัดว่าการให้บริการของท่านนั้นให้กับกลุ่มใด กลุ่มนี้มีความต้องการอย่างไรและการบริการที่ให้มีความแตกต่างหรือดีกว่าการให้บริการของผู้อื่นอย่างไร แล้วยังต้องทำให้ผู้ซื้อเห็นภาพและเชื่อในสิ่งเหล่านี้เพื่อให้เขาเกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้าบริการของเรา

2. เมื่อได้จุดขายแล้วจะต้องกำหนดวิธีการให้บริการว่าจะมีขบวนการให้บริการอย่างไร ใครเป็นผู้ ให้บริการและวิธีการทำให้ลูกค้าพอใจควรทำอย่างไรบ้าง ผู้ประกอบการต้องบอกและสอนพนักงานให้เข้าใจวิธีการปฏิบัติและความสำคัญ

3. ต้องมีการประเมินการให้บริการอย่างต่อเนื่องว่าลูกค้ามีความพอใจในการให้บริการหรือไม่เช่น ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์ม แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ แต่อย่าพึ่งวิธีการนี้เพียงอย่างเดียวเพราะลูกค้าไม่ค่อยกรอกข้อมูลแสดงความคิดเห็นควรจะใช้การสอบถามลูกค้าโดยตรงด้วย เมื่อพบปัญหาก็ได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วและแจ้งให้ลูกค้ารู้ถึงการแก้ไขนี้ด้วย

4. ความพอใจของพนักงานเป็นเรื่องที่สำคัญ ถ้าพนักงานมีความสุขในการทำงานกับกิจการเขาก็จะให้บริการที่ดี ถ้ามีพนักงานลาออกไปอาจดึงลูกค้าไปด้วยกับเขา การที่จะทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงานนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นการให้ค่าจ้างสูงเท่านั้น การให้ความช่วยเหลือในเรื่องส่วนตัวการยกย่องความสำเร็จของเขา ก็เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการอื่นๆ ใช้ได้ผล

รูปแบบกลยุทธ์การตลาด (พินพัสนีย์ พรหมศิริ. 2547 : 6)ในยุคโลกไร้พรมแดนนี้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ เนื่องจากการไหลทะลักของข้อมูล ข่าวสารอย่างมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยน แปลงทางสังคม วัฒนธรรม การเมือง เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เอง ที่ส่งผลให้ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และถ้านักการตลาดไม่ศึกษาความเปลี่ยนแปลง และไม่ปรับปรุงแนวคิด ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเหล่านั้น ก็ยากที่จะทำการตลาดได้สำเร็จ และตรงใจตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจุบันนอกจากมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาดแล้ว ผู้บริโภคยังมีทางเลือกมากมาย แต่ยังรู้สึกว่าถูกยัดเยียด ในสิ่งที่ยังไม่ค่อยตรงกับความต้องการมากนัก ดังนั้น แนวโน้มของตลาดในปัจจุบันจะเป็นการมุ่งเน้น การสร้างความแตกต่างของผู้ผลิตภัณฑ์(Product Differentiation) ขณะที่การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) มีความสำคัญน้อยลง นักการตลาดมุ่งการตอบสนองเฉพาะรายมากขึ้น (Customization) กลยุทธ์หลักๆ ของนักการตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นยุคไหน ลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจเสมอ เพราะลูกค้าเป็นที่มาของรายได้ การรักษาความสัมพันธ์ และความพึงพอใจของ

ลูกค้า ที่จะช่วยรักษา และเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ธุรกิจ ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามี หลายประการ เช่น คุณภาพของสินค้าและบริการ ราคาที่เหมาะสม คุณค่าของสินค้าตามที่ลูกค้าคาดหวัง ความสะดวกหรือการเข้าถึงของสินค้า กระบวนการสร้างความพึงพอใจเริ่มจาก การพัฒนาแนวคิดและนโยบาย การวิจัยตลาด วิเคราะห์ความจำเป็น และความต้องการของลูกค้า วางแผนความต้องการเฉพาะของสินค้า และบริการ ทำการตลาดและขายผลิตภัณฑ์ ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ควรเป็นกระบวนการที่สร้างคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ การส่งมอบสินค้าและบริการโดยมีช่องทางการสื่อสารที่ถึงตัวลูกค้าโดยตรง จัดเตรียมบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ และเก็บรวบรวมวิเคราะห์ ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

2. การบริหารสัมพันธภาพกับลูกค้า (Customer Relation Management) หรือ CRM ไม่ว่าธุรกิจจะขายสินค้าหรือให้บริการใดๆ ก็ตาม การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จะทำให้ลูกค้ามีความซื่อสัตย์ในตราสินค้า (Brand Loyalty) จะใช้สินค้าของเราไปตลอด และป้องกันการโจมตีของคู่แข่งได้อีกด้วย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำได้ด้วยการให้ผลประโยชน์เพิ่มเติมไม่ว่าจะเป็นของขวัญ ส่วนลด การติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งก่อนซื้อ ขณะซื้อ และหลังซื้อ การเอาใจใส่จะเป็นการแสดงถึงความจริงใจในการบริการ การอำนวยความสะดวก อาจแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตอบข้อสงสัย ซึ่งต้องเป็นการติดต่อแบบสองทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ ส่งอีเมล์ การจัดกิจกรรมพิเศษ โดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น เช่น กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว กิจกรรมเพื่อชุมชนเพื่อสังคม

3. การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Brand Building) การสร้างตราผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีของลูกค้า การสร้างตราคือการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพ ภาพลักษณ์ จุดเด่นที่เราต้องการสร้างให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค การสร้างตราที่ดีต้องสื่อว่าผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไร มีคุณประโยชน์ (Benefits) มีคุณค่า (Values) อย่างไร การสร้างแบรนด์คือการสร้างความแตกต่างในการรับรู้ ฉะนั้น แบรนด์ของเราต้องไม่เหมือนใคร โดดเด่น แปลกใหม่ สร้างความพิเศษทั้งด้านรูปแบบ คุณค่าและอารมณ์ และต้องแตกต่าง ซึ่งหลักในการสร้างความแตกต่างคือ ต้องง่าย สมเหตุผลและมีความชัดเจน

4. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) หรือ IMC การส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็น แต่ในยุคที่ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันลักษณะของสินค้าที่เฉพาะตัว และราคาของสื่อแต่ละชนิดที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่งบประมาณของเจ้าของสินค้ามีจำกัด การเลือกวิธีการสื่อสาร การตลาดที่ดี เหมาะสมกับสินค้าและลูกค้า ประหยัดและมีประสิทธิ ภาพ ย่อมเป็นสิ่งจำเป็น หลักการของการสื่อสารทางการตลาดคือ การประยุกต์ใช้สื่อ และการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการใช้โฆษณา

การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรงและอีกหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีมีจุดเด่นจุดด้อยต่างกัน ฉะนั้น การผสมผสานแต่ละวิธีที่ลงตัวจะทำให้การสื่อสารการตลาดประสบความสำเร็จ

5. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่จำเป็น แต่การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่งขัน จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำ ได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ รับประกันที่ดีกว่า สร้างความสะดวกสบาย สร้างความรู้สึกที่ดี บริการที่รวดเร็วทันใจมากกว่า ดีกว่า

6. การสร้างและใช้ฐานข้อมูลทางการตลาด (Database) การสร้างฐานข้อมูลทำให้เรามีข้อมูลของลูกค้า ข้อมูลทางการตลาด นักการตลาดยุคใหม่จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลทางการตลาด วิเคราะห์แนวโน้ม วิเคราะห์การแข่งขัน พยากรณ์ความเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และพร้อมหาแนวทางแก้ไขในอนาคตได้อีกด้วย วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูล มีทั้งข้อมูลอย่างง่าย และการวิจัยที่ซับซ้อน นักการตลาดต้องหาวิธีที่เหมาะสมกับธุรกิจที่สุด เช่น การพูดคุยกับลูกค้า การสำรวจข้อมูล ข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากศูนย์รวบรวมข้อมูล ทั้งหน่วยงานราชการ และเอกชน แต่ข้อมูลเหล่านี้จะ ไม่เกิดประโยชน์เลย ถ้าไม่มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นมีเหมาะสมและถูกต้อง

กล่าวโดยสรุป มีกลยุทธ์หลายกลยุทธ์ที่เป็นที่รู้จัก และใช้กันอยู่ในปัจจุบัน แต่จะมีการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสินค้า และเหมาะสมกับลูกค้าที่มีลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะทำให้องค์การประสบผลสำเร็จได้

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์(Maslow)

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ผู้บริหารสามารถจูงใจให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นและมีความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ ด้วยการนำทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow มาประยุกต์ใช้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. 2538 : 109)ได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการน้ำ อาหาร อากาศ การพักผ่อนนอนหลับ ขับถ่าย ความต้องการทางเพศ คนจำเป็นจะต้องได้รับการตอบสนองด้านร่างกายอย่างเพียงพอ จากนั้นจึงจะเริ่มความต้องการในขั้นต่อ ๆ ไป เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านนี้ องค์การจึงต้องอาศัยการจูงใจด้วยการให้ผลตอบแทนเพื่อให้ร่างกายสุขสบาย เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ของใช้ต่าง ๆ บ้านพักที่อยู่อาศัย การได้รับการเยียวยารักษาโรค และการมีสภาพแวดล้อม บรรยากาศใน

การทำงานที่ถูกสุขลักษณะอนามัย การตอบสนองดังกล่าวอาจจะออกมาในลักษณะของตัวเงินที่จ่ายเป็นค่าตอบแทนหรือการจัดสวัสดิการ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or Safety Needs) เป็นความต้องการในขั้นที่ 2 ซึ่งคนมีความต้องการความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน หน้าที่การงาน เช่น มีความเป็นอยู่ปลอดภัย ไม่มีอันตรายจากโจรผู้ร้าย ไม่มีการทำร้าย การคุกคาม เสี่ยงภัย ทำให้ได้รับความเจ็บปวด อันตรายทั้งร่างกายและจิตใจ ตลอดจนมีหน้าที่การงาน รายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ มีสวัสดิการ มีบำเหน็จบำนาญ การที่ผู้บริหารจูงใจด้วยการสร้างความรู้สึกไม่หวาดระแวงเกรงกลัว แต่เป็นความรู้สึกสบายใจ ปลอดภัย และมีความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ไม่หวาดหวั่นที่จะถูกปลดออกจากงานโดยไม่มีเหตุผล หรือไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งหมายถึงพนักงานทุกคนรู้สึกว่ามีหลักประกันความมั่นคงและปลอดภัยในหน้าที่การงาน

ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (Affiliation or Acceptance Needs) หรือ ความต้องการด้านสังคมและความรัก (Social and Love Needs) เป็นส่วนหนึ่งของสังคม เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการทางร่างกาย และมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยแล้ว ก็จะพัฒนาความต้องการความรักจากบุคคลรอบข้าง ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกของกลุ่ม ของครอบครัว ต้องการได้รับความใส่ใจและเป็นที่รักของเพื่อน การที่พนักงานรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ได้รับความรัก ความอบอุ่น จากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน มีความห่วงใย ดูแลช่วยเหลือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารได้ให้ความสำคัญและตอบสนองความต้องการดังกล่าว การสร้องวัฒนธรรมองค์การ ด้วยการจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการให้พนักงานได้มีโอกาสพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการได้รับความนับถือความมีชื่อเสียง เกียรติยศ เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง บุคคลจึงพยายามทำสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ จนเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าตนก็สามารถทำได้

การจูงใจพนักงานประเภทนี้ จึงไม่ใช่เงินเดือน สวัสดิการ หรือความมั่นคง แต่เป็นการยอมรับความสามารถและให้โอกาสมีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ ผู้บริหารอาจพิจารณามอบหมายงานการเลื่อนขั้นตำแหน่งที่สูงขึ้น การมอบหมายให้เป็นตัวแทนองค์การไปเข้าร่วมประชุม เป็นต้น การกระทำดังกล่าวแสดงว่าผู้บริหารไว้วางใจ ยอมรับในความสามารถ ความรู้ และเชื่อมั่นว่าพนักงานสามารถทำได้ดี

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for Self Actuallization) เป็นความต้องการที่จะใช้ความสามารถสูงสุดที่ตนมีอยู่ ทำในสิ่งที่สามารถทำได้ เช่น ความต้องการเป็นเจ้าของกิจการ นักเขียนที่มีชื่อเสียง กล่าวโดยสรุปคือ ความต้องการได้รับความสำเร็จและสมหวัง

ในสิ่งที่ตนหวังหรือต้องการ ผู้บริหารจูงใจพนักงานให้รู้ถึงความสำเร็จของตน เช่น การจัดโครงการพนักงานดีเด่น การมอบรางวัล การชมเชย การประกาศเกียรติคุณต่อความสำเร็จของพนักงาน

สรุปทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (Maslow's Hierachy of Needs) ความต้องการของคนเป็นจุดเริ่มต้นของการบวนการจูงใจ และความต้องการของคน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. 2538 : 109)มีข้อสังเกตดังนี้

1. คนเรามีความต้องการไม่สิ้นสุด เมื่อได้รับการตอบสนองจากความต้องการอย่างหนึ่งแล้วก็จะเกิดความต้องการในสิ่งอื่นต่อไปไม่มีวันสิ้นสุด

2. ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้เกิดการจูงใจที่จะทำพฤติกรรรม ส่วนความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เกิดการจูงใจอีกต่อไป

3. ความต้องการของคนจะเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจากความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นไปสู่ความต้องการไปในระดับสูงขึ้น และความต้องการในระดับต้นจะเป็นพื้นฐานของความต้องการในระดับสูงขึ้นไป คนจึงจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นลำดับขั้น จึงจะมีการพัฒนาความต้องการในระดับสูงขึ้น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับธนาคาร

กิจกรรมของธนาคารนับได้ว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยส่วนรวม ทั้งนี้เนื่องจากบริการของธนาคารเป็นบริการที่ทำธุรกรรมทางการเงินอันจำเป็นต่อระบบเศรษฐกิจ การศึกษาเรื่องธนาคารในงานวิจัยนี้จะกล่าวโดยสังเขปดังนี้

ความหมายของธนาคาร

ได้มีผู้ให้ความหมายของธนาคาร ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้ คือ

สุรักษ์ บุนนาค (2541 : 112) ได้กล่าวถึงความหมายของธนาคาร หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามหรือเมื่อสิ้นระยะเวลากำหนดไว้ และใช้ประโยชน์เงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น ให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตั๋วแลกเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมือได้ และซื้อขายเงินตราต่างประเทศ

วเรศ อุปปาติก (2541 : 119) ได้กล่าวถึงความหมายของธนาคาร หมายถึง สถาบันที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์และหมายรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์

พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) (2522) ได้ให้ความหมายของธนาคารพาณิชย์ หมายถึง สถาบันที่ประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามหรือเมื่อสิ้น

ระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น การให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตั๋วเงิน และซื้อขายเงินตราต่างประเทศ (วันเพ็ญ พัฒนชีวพูล. 2546 : 9)

โดยสรุป ธนาคาร หมายถึง สถาบันที่ประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม และเป็นธุรกิจที่บุคคลทั่วไปยอมรับ และนับถือ รวมทั้งสามารถที่จะดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งทางใดหรือหลายทาง เช่น การให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตั๋วเงิน และซื้อขายเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

หน้าที่ของธนาคาร

จากความหมายของธนาคารที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ในระบบธนาคารยังต้องมีการปฏิบัติงานตามหน้าที่ ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ของธนาคารได้ดังต่อไปนี้ (วเรศ อุปปาติก, 2541 : 120)

1. การให้บริการแก่สังคม ได้แก่
   1.1 การรับฝากเงินประเภทต่าง ๆ และการจ่ายเงินตามพันธะผูกพัน
   1.2 การเรียกเก็บเช็ค ดราฟต์ และตราสารทางการเงินแก่ลูกค้า
   1.3 ออกเล็ตเตอร์ออฟเครดิตแก่ลูกค้าและอาวัลตั๋วเงินให้แก่ลูกค้า
2. การสร้างเงินฝาก

จรินทร์ เทศวานิช (2542 : 112-113) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของธนาคารซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 การรับฝากเงิน
2.2 การให้กู้เงินและการสร้างเงินฝากหรือการขยายเครดิต
2.3 การบริการอื่น ๆ

โดยสรุป หน้าที่ของธนาคาร คือ การให้บริการแก่สังคม และการสร้างเงินฝาก เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจอย่างเท่าเทียมกัน ยุติธรรม ตลอดจนให้ผู้มาใช้บริการเกิดความสะดวก รวดเร็ว และเกิดความประทับใจต่อบริการของธนาคาร

ความรับผิดชอบของธนาคาร

ธนาคารพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงินที่สำคัญแห่งหนึ่ง เพราะเป็นสถาบันการเงินที่สามารถสร้างเงินตราขึ้นได้ เช่นเดียวกับกระทรวงการคลังและธนาคารกลาง เงินตราที่ธนาคารพาณิชย์สร้างขึ้น เป็นเงินฝากเผื่อเรียกที่ใช้วิธีโอนสิทธิกันด้วยเช็ค ซึ่งส่วนนี้ถือกันว่าเป็นเงินตราโดยสมบูรณ์ เงินตรานี้แม้จะไม่มีการระบุว่าเป็นเงินที่ชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย (Legal Tender) เช่นเดียวกับธนบัตรก็ตาม แต่ถ้าประชาชนมีความเชื่อถือในเงินตรา ที่ธนาคารพาณิชย์สร้างขึ้น

และปฏิบัติในธุรกิจอย่างแพร่หลายแล้ว ก็เท่ากับเช็คเป็นเงินตราอย่างสมบูรณ์ และเป็นเงินตราที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ

เมื่อกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นกิจการที่สามารถสร้างเงินตราได้ ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์ย่อมจะต้องกว้างขวางกว่าธุรกิจปกติทั่วไป โดยหลักการสามัญแล้วผู้ที่ดำเนินธุรกิจการธนาคาร ย่อมต้องการเห็นกิจการของตนก้าวหน้า สร้างผลกำไรอย่างมั่นคง และผู้ใช้กิจการก็ต้องได้รับเงินทุนโดยวิธีกู้ยืมอย่างมีประสิทธิภาพจากธนาคารด้วย นอกจากนั้นธนาคารยังต้องรับผิดชอบต่อเงินฝาก (ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนของธนาคาร) ต่อประชาชนผู้ฝากมากมาย และต้องรับผิดชอบต่อการสร้างเงินตราโดยวิธีให้กู้ยืมความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์จึงมีหลักใหญ่ 2 ประการ คือ

1. ความปลอดภัยหรือมั่นคง คือการให้ความปลอดภัยแก่ผู้ฝาก โดยการใช้เงินอย่างถูกต้องและไม่เสี่ยงอันตรายจนเกินควร

2. ประสิทธิภาพที่ดี คือการแสวงหาเงินทุนจากเงินฝากให้ได้มาก และใช้เงินทุนไปในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจส่วนรวม การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของธนาคารจะต้องคำนึงถึงลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ประสิทธิภาพในการเสริมสร้างกำลังการผลิต (Production Efficiency) กิจการธนาคารถือหลักการเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่ผู้บริหารกิจการมีความมุ่งหมายที่จะขยายกำลังผลิตของตนให้มากที่สุดแต่จะขยายได้มากเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการหาทุนที่เป็นเงินฝากเป็นอย่างมาก ถ้าธนาคารมีลูกค้ามากก็จะขยายกำลังผลิตได้มาก ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงมีการแข่งขันกันหาลูกค้าให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้การหาทุนยังอาจจะได้มาจากเงินกู้ยืมจากธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น ๆ ธนาคารบางแห่งถึงแม้ว่าจะมีเงินทุนน้อย แต่ก็สามารถเสริมสร้างกำลังผลิตได้มาก โดยใช้วิธีกู้ยืมจากสถาบันการเงินอื่น เช่น สาขาธนาคารต่างประเทศในประเทศไทยซึ่งไม่มีสิทธิ์เปิดสาขาในต่างจังหวัดและในกรุงเทพฯ ก็ไม่อนุญาตให้สร้างเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ก่อนทำให้มีเงินฝากน้อยและไม่เพียงพอที่จะออกให้กู้ยืมจึงต้องอาศัยเงินยืมจากธนาคารในประเทศ และต่างประเทศเพิ่มเพื่อเสริมสร้างกำลังผลิตทำให้ธนาคารบางแห่งถึงแม้จะมีเงินฝากน้อยแต่ก็ให้กู้ยืมได้มาก เช่น ธนาคารแห่งโตเกียว จำกัด และธนาคารมิตซุย จำกัด สาขาประเทศไทยมีปริมาณในด้านเงินฝากต่ำกว่าธนาคารแห่งอเมริกาและธนาคารชาร์เตอร์ด แต่ปรากฏว่าการกู้ยืม-ซื้อลดกลับสูงล้ำหน้ากว่า

2.2 ประสิทธิภาพในการแจกแจงทรัพยากร (Efficiency In Resource Allocation) เครดิตที่ธนาคารสร้างขึ้นจะมีผลสะท้อนต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ เพราะเครดิตนั้นจะนำไปจ่ายสร้างอำนาจซื้อและลงทุน เพื่อพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การให้เครดิต

ของธนาคารจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าการมุ่งหวังแต่เพียงกำไรอย่างเดียวการพิจารณาความรับผิดชอบต่อประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็นคือ

2.2.1 การกระจายเครดิตตามประเภทการผลิต (By Production Sector) แบ่งออกเป็นเครดิตเพื่อการผลิต (Production Credit) กับเครดิตเพื่อการค้า (Commercial & Trade Credit) เครดิตเพื่อการผลิตเป็นเครดิตที่สร้างผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นในเศรษฐกิจ ทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาประเทศ แต่เครดิตเพื่อการค้าไม่จำเป็นต้องสร้างผลิตภัณฑ์ในประเทศเสมอไป อาจเป็นไปเพื่อการกักตุนสินค้ายามขาดแคลนหรือการสั่งสินค้ามาจากต่างประเทศ ทำให้ดุลการค้าขาดดุล ก่อให้เกิดผลเสียต่อเสถียรภาพมากกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับ

2.2.2 การกระจายเครดิตระหว่างภูมิภาค (By Region) เป็นปัญหาการกระจายเครดิตที่ไม่เสมอภาคระหว่างท้องถิ่นการให้เครดิตที่จำกัดวงแต่ในส่วนกลางย่อมจะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจเฉพาะส่วนกลางให้เติบโตเพิ่มช่องว่างระหว่างส่วนกลาง และท้องถิ่นอื่น ๆ มากขึ้นทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม (Regional Disparities)

2.3 ประสิทธิภาพในการสนองนโยบาย (Efficiency In Stabilization Policy) ในฐานะที่ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่สร้างเงินตรา ขอบเขตการสร้างเงินตราจึงต้องสอดคล้องกับนโยบาย เพื่อให้เกิดความราบรื่นทางเศรษฐกิจประสิทธิภาพในด้านนี้จึงมีความสำคัญอีกประการหนึ่ง

สรุปได้ว่าธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ดังนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์ต่อสังคมจึงย่อมจะต้องมีอยู่สูง

การดำเนินงานของธนาคารยุคใหม่

ในยุคโลกาภิวัตน์ได้เชื่อมโยงตลาดการเงินในประเทศต่าง ๆ ให้ติดต่อถึงกันได้รวดเร็วประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางด้านการค้า การเงิน และเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมทำให้ระบบการเงินและสถาบันการเงินของไทย มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงระบบการเงินของไทย เข้าสู่ระบบการเงินเสรี ทำให้สถาบันการเงินของไทยต้องปรับตัวตามสภาวะแวดล้อมทางการเงินใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญของระบบการเงินไทย เนื่องจากภาวะของการแข่งขันจะรุนแรงมากขึ้น งานบริการของธนาคารพาณิชย์ยุคใหม่จึงต้องกว้างขวางและปรับตัวตามภาวะของความเจริญ และพัฒนาการดังกล่าว ทำให้บทบาทของธนาคารพาณิชย์ได้มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นระบบการเงินหรือระบบการค้าต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปบทบาทของธนาคารไว้ 2 ยุคด้วยกันคือ บทบาทในอดีต และปัจจุบัน ดังนี้

1. บทบาทในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอดีตมีบทบาทในการให้บริการแก่ลูกค้าด้านต่าง ๆ และระบบเศรษฐกิจดังนี้

1.1 การบริการด้านรับฝากเงินและให้กู้ยืมธนาคารพาณิชย์จัดว่าเป็นสถาบันการเงินที่เป็นผู้รับฝากและให้กู้ยืมรายใหญ่ที่สุดของประเทศโดยรับฝากและให้กู้ยืมประมาณร้อยละ 70 ของเงินรับฝากและให้กู้ยืมของสถาบันการเงินทั้งหมด รายได้ส่วนใหญ่ของธนาคารพาณิชย์จึงมาจากส่วนต่างระหว่างดอกเบี้ยเงินให้กู้กับดอกเบี้ยเงินรับฝากเป็นส่วนใหญ่ บทบาทสำคัญของธนาคารคือ พยายามเน้นการระดมเงินฝากซึ่งถือเป็นแหล่งที่มาของเงินทุน ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ยุคเก่าจึงมีการแข่งขันกันระดมเงินฝากโดยพยายามรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ ทำให้การบริหารต้นทุนขาดประสิทธิภาพ

1.2 การช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์สามารถระดมเงินทุนได้มาก มีสาขาธนาคารกระจัดกระจายอยู่ในทุกจังหวัด ทำให้ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทในด้านการปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ต้องการลงทุนในทุกสาขาอาชีพโดยเฉพาะมีบทบาทสำคัญในการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคช่วยส่งเสริมการค้าปลีกค้าส่งภายในประเทศ และมีส่วนช่วยสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศให้เจริญรุ่งเรือง จึงนับว่าธนาคารพาณิชย์ให้บริการและช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมาก บทบาทนี้นับว่าเป็นบทบาทที่สำคัญบทบาทหนึ่งในอดีตที่ผ่านมา

1.3 บทบาทด้านการให้บริการต่าง ๆ แก่ลูกค้ากิจการธนาคารพาณิชย์เป็นผู้บุกเบิกนำเอาหลักการบริหารการจัดการรวมถึงการเป็นผู้นำทางด้านการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาให้บริการแก่ลูกค้า จึงกล่าวได้ว่าธนาคารพาณิชย์ไทยยุคเก่าได้ทำหน้าที่ในการให้บริการการธนาคารพื้นฐานแก่ธุรกิจและสาธารณชนได้ครบถ้วนสมบูรณ์

1.4 การบริการตามนโยบายของรัฐบาล ธนาคารพาณิชย์จะให้สินเชื่อแก่ภาคเศรษฐกิจที่รัฐบาลส่งเสริมให้เป็นไปตามนโยบาย โดยการให้สินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยต่ำแก่ภาคเกษตร อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การค้าส่งพืชผลเกษตร และสินเชื่อเพื่อการส่งออก โดยจะคิดดอกเบี้ยต่ำกว่าการให้สินเชื่อปกติ และธนาคารกลางก็จะให้ประโยชน์แก่ธนาคารพาณิชย์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางด้านการเปิดสาขาใหม่ การขยายวงเงินรับช่วงซื้อลดซึ่งการดำเนินการดังกล่าวก็อาจกล่าวได้ว่าเป็นการบิดเบือนการจัดสรรทรัพยากรบ้าง

2. บทบาทในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันภายหลังการปฏิรูปทางการเงิน ธนาคารพาณิชย์ได้เริ่มเปลี่ยนบทบาทไป จากบทบาทการเป็นคนกลางของธนาคารพาณิชย์ เริ่มลดความสำคัญลง และบทบาทของการเป็นผู้อำนวยความสะดวกทางการเงิน (Financial Facilitators) ได้เพิ่มความสำคัญมากขึ้น บทบาทสำคัญของธนาคารพาณิชย์ในยุคปัจจุบัน พอสรุป ได้ดังนี้

2.1 บทบาทในการขยายการบริการด้านต่าง ๆ มากขึ้น ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้ขยายการบริการมากขึ้นกว่าในอดีตซึ่งได้แก่ การเป็นนายหน้าตัวแทนจำหน่ายหลักทรัพย์รัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ การให้บริการข้อมูลข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ และการเงินเพื่อการตัดสินใจ การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน (Financial Advisor) การจัดการออกจำหน่าย และการค้าตราสารแห่งหนี้ การเป็นผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้มาประกัน การเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของกองทุนรวม (Trustee) การเป็นผู้พิทักษ์หลักทรัพย์ (Custodian) การเป็นตัวแทนเพื่อจำหน่าย (Selling Agent) หน่วยลงทุน การบริหารกองทุนส่วนบุคคล (Private Funds) การดำเนินธุรกิจแปลงสิทธิในทรัพย์สินให้เป็นตราสารเปลี่ยนมือ (Securitization)

2.2 บทบาทด้านการระดมทุนเปลี่ยนแปลงไป การลดบทบาทการเป็นคนกลางของธนาคารพาณิชย์ได้ทำให้เงินฝากของธนาคารพาณิชย์เมื่อคิดเป็นสัดส่วนของเงินออมรวมในประเทศลดลง และบทบาทการระดมเงินออมของกองทุนต่าง ๆ และตลาดหลักทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นการเข้าไปประกอบธุรกิจใหม่ ๆ เหล่านี้ทำให้ธนาคารพาณิชย์ยุคใหม่พึ่งพิงรายได้จากค่าธรรมเนียมและการขายบริการ (Fee-Base Income) มากขึ้น เช่น รายได้จากการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินค่าธรรมเนียมจากการขายตราสารการเงิน และเครื่องมือปกป้องความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนฯลฯ อย่างไรก็ตามรายได้จากค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์ไทยยังต่ำอยู่เมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์ในประเทศที่พัฒนาแล้ว

2.3 บทบาทของธนาคารพาณิชย์ ที่เน้นทางด้านการตลาดมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ในยุคปัจจุบันได้หันมาเน้นการให้บริการด้านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง บริการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ ร้านค้า บริการธนาคารสำนักงาน บริการธนาคารทางบ้าน การบริการบัญชีเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อลดค่าใช้จ่ายทางด้านบุคคล เพื่อแบ่งส่วนแบ่งลูกค้าทั่วไปและลูกค้าส่งออกและนำเข้า ซึ่งนับวันจะมีความสำคัญต่อฐานรายได้ของธนาคารมากขึ้น

2.4 บทบาททางด้านการบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน การเปิดเสรีทางการเงิน และเปลี่ยนหลักเกณฑ์การคำนวณสินทรัพย์เสี่ยง ทำให้ธนาคารพาณิชย์ยุคใหม่ต้องให้ความสำคัญกับการบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน (Assets & Liabilities Management) การบริหารความเสี่ยงของเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange Risk) และอัตราดอกเบี้ย และภาระผูกพัน

หรือค้ำประกันอาวัล นอกงบดุลเพิ่มขึ้น ทำให้บทบาทของงานทางด้านการบริหารเงิน (Treasury Function) ของธนาคารเพิ่มมากขึ้นจากในสมัยก่อนซึ่งการบริหารเงินเน้นทางด้านการบริหารคุณภาพสินเชื่อ (Credit Risk) เป็นหลัก

จากบทบาทของธนาคารยุคใหม่ดังกล่าวข้างต้น นับเป็นก้าวหนึ่งของพัฒนาการทางด้านบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ซึ่งการจะให้บริการได้อย่างกว้างขวาง ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งควรต้องปรับกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ กล่าวคือ

1. ปรับเปลี่ยนเจตคติของผู้บริหาร และปรับปรุงคุณภาพของบุคลากรให้มีความสอดคล้องกับความเป็นไปในตลาด

2. มุ่งแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

3. เพิ่มบทบาททางด้านวาณิชธนกิจและการให้สินเชื่อทางการค้า

4. พัฒนาและขายหลักทรัพย์ทางการเงินมากขึ้น

5. ให้ความสำคัญต่อการประกอบการในภูมิภาคมากขึ้น

6. พัฒนาสู่การเป็นธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

7. เน้นการให้บริการแก่บุคคลและครอบครัว ตลอดจนธุรกิจรายย่อยมากขึ้น

นอกจากนั้นในส่วนของธนาคารกลางหรือธนาคารแห่งประเทศไทยก็มีความจำเป็นที่จะต้องเข้ามาส่งเสริมบทบาทของธนาคารพาณิชย์มากขึ้นเช่น ความพยายามในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงินโดยการปรับปรุงการทำงานของกลไกตลาดและลดการบิดเบือนเพื่อให้กลไกตลาดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การเสริมสร้างเสถียรภาพ และความมั่นคงของระบบการเงินไทย ตลอดจนการเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินเพื่อการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการเงินของภูมิภาค

ทฤษฎีธนาคาร

โดยทั่วไปในการปฏิบัติงานของธนาคาร พนักงานนอกจากจะรู้หน้าที่ของการทำงานในธนาคารแล้วยังควรจะมีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีของธนาคารหรือระเบียบและเงื่อนไขของธนาคาร เพราะถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานในระบบธนาคาร ควรจะมีความรู้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (วเรศ อุปปาติก. 2541 : 125) คือ

1. ทฤษฎีการให้กู้เพื่อธนาคารพาณิชย์ (The Commercial Loan Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นการกู้ระยะสั้น เพื่อที่จะให้ระบบธนาคารมีเสถียรภาพ

2. ทฤษฎีการเคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปรการถือครองสินทรัพย์ (The Shiftability Theory) เป็นทฤษฎีที่กระตุ้นให้ผู้บริหารธนาคารหันมาสนใจการลงทุนในหลักทรัพย์แทนการให้กู้

3. ทฤษฎีแห่งการคาดคะเนรายได้ล่วงหน้า (Anticipated Income Theory) เป็นทฤษฎีที่สนับสนุนธนาคารให้กู้ในระยะยาว และเป็นที่ยอมรับของผู้บริหารธนาคาร ทำให้มีการขยายการให้กู้ออกไปกว้างขวางยิ่งขึ้น

4. ทฤษฎีการจัดการด้านหนี้สิน (The Liability Management Theory) ธนาคารสามารถใฝ่หาสภาพคล่องได้ด้วยการจัดการด้านหนี้สิน ธนาคารต้องหาสภาพคล่องอันเนื่องจากลูกค้าถอนเงินฝากออกไปมาก หรืออาจเกิดจากลูกค้ารายใหม่ต้องการกู้เงิน

5. ทฤษฎีแห่งการจัดการทุนที่สร้างขึ้นภายใต้อำนาจการควบคุมระยะสั้นของธนาคาร (The Discretionary Funds Management) เป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive) ด้วยการขยายการให้กู้ที่มีผลตอบแทนส่วนเพิ่ม (Marginal Returns) มากกว่าต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Costs) ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไข ภาวะแห่งความเสี่ยง ต้องไม่สูงจนเกินไป

ระบบธนาคาร

จากที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับระเบียบและเงื่อนไขของธนาคารแล้ว เราควรรู้จักในระบบของธนาคารโดยทั่วไปแบ่งออกได้เป็น 4 ระบบ คือ (จรินทร์ เทสวานิช. 2542 : 152-155)

1. ระบบการธนาคารอิสระหรือระบบธนาคารเดี่ยว (Independent or Unit Banking System) คือธนาคารที่ดำเนินการโดยเอกเทศ แต่ละแห่งเป็นหน่วยอิสระ มีสำนักเพียงแห่งเดียว กิจการธนาคารจะต้องไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ใดผู้หนึ่ง

2. ระบบธนาคารสาขา (Branch Banking System) คือธนาคารที่ดำเนินกิจการกว้างขวาง มีที่ทำการมากกว่าหนึ่งแห่ง โดยเปิดเป็นสาขาในท้องถิ่นต่าง ๆ ในเมืองเดียวกันกับที่สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ หรือกระจายไปทั่วประเทศ

3. ระบบการธนาคารลูกโซ่ (Chain Banking System) คือธนาคารอิสระหลาย ๆ ธนาคารที่ต่างชื่อ อยู่ภายใต้การควบคุมของเอกชน ซึ่งอาจเป็นเอกชนเพียงคนเดียวเป็นครอบครัว หรือเป็นสมาคมก็ได้ บุคคลหรือสมาคมจะมีอำนาจในการสั่งการเกี่ยวกับการบริหารได้ ธนาคารแต่ละแห่งยังคงจดทะเบียนแยกออกจากกัน และมีทุนรวมทั้งพนักงานเป็นของตนเอง

4.ระบบการธนาคารกลุ่ม (Group Banking System) คือระบบธนาคารที่มีธนาคารต่างชื่อเข้ารวมตัวเป็นกลุ่ม ดำเนินกิจการร่วมกันภายใต้การควบคุมขององค์การที่จัดตั้งขึ้นมีลักษณะคล้ายคลึงกับระบบธนาคารลูกโซ่ แต่มีความแตกต่างตรงที่ธนาคารต่างชื่อรวมกันเป็นกลุ่มแล้วมีองค์การในลักษณะทรัสต์เป็นผู้บริหารการควบคุมอีกทีหนึ่ง ไม่ใช่การควบคุมโดยธนาคารใดโดยเฉพาะ

ความสำคัญของธนาคาร

ระบบธนาคารที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นจะเห็นได้ว่า ธนาคารจัดเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทและความสำคัญมากที่สุดในประเทศ เนื่องจากธนาคารเป็นแหล่งระดมเงินออมและแหล่งให้กู้แหล่งใหญ่ที่สุดในประเทศ บอกจากนั้นยังมีบทบาทต่อการกำหนดระบบการใช้เงิน การเพิ่มหรือลดปริมาณเงิน และเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐบาลในการดำเนินนโยบายทางการเงิน ซึ่งความสำคัญดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้ (จรินทร์ เทศวานิช. 2542 : 156-158) คือ

1. เป็นแหล่งระดมเงินออมแหล่งใหญ่ของประเทศ เป็นสถาบันการเงินที่สะดวกในการให้บริการทั้งทางด้านการรับฝาก ความคล่องตัวในการเบิกถอนเงิน โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 70 ของยอดเงินฝากในทุกสถาบันการเงิน และธนาคารยังเป็นแหล่งที่มีทรัพย์สินมากที่สุดเมื่อเทียบกับสถาบันการเงินอื่น อีกทั้งธนาคารยังมีบทบาทอย่างมากในระบบเศรษฐกิจในฐานะเป็นผู้ดูแลเงินออมส่วนใหญ่ของประชาชน

2. เป็นแหล่งให้กู้ยืมแหล่งใหญ่ที่สุดในประเทศ โดยเป็นแหล่งกู้ยืมให้แก่ประชาชน หน่วยธุรกิจ และหน่วยเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้มากที่สุดประมาณร้อยละ 70 ของเงินกู้ยืมทั้งหมด

3. ธนาคารมีบทบาทสำคัญในการกำหนดระบบการใช้จ่ายเงิน เป็นบริการที่ประหยัดและให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และเพื่อเป็นการสนองนโยบายของรัฐบาลในการประหยัดเงินตราต่างประเทศที่จะต้องซื้อเข้ามาจำนวนมาก ๆ และเพื่อให้ร้านค้าสามารถขยายพื้นที่บริการให้ประชาชนได้อย่างกว้างขวางคล่องตัวยิ่งขึ้น

4. ธนาคารมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มและลดปริมาณเงิน

5. ธนาคารเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดนโยบายการเงิน ในการดำเนินนโยบายการเงินนั้น รัฐบาลอาจดำเนินนโยบายต่าง ๆ ในการควบคุมปริมาณเงินและเครดิตในระบบเศรษฐกิจให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและมีเสถียรภาพ

หลักเกณฑ์ของธนาคาร

เนื่องจากธนาคารมีความสำคัญดังที่กล่าวมา การดำเนินงานของธนาคารจึงต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน มีหลักเกณฑ์ มีระบบดังที่ จรินทร์ เทศวานิช (2542 : 158) ได้สรุปหลักเกณฑ์ในการดำเนินงานของธนาคารไว้ดังนี้คือ

1. ต้องดำเนินการให้ได้ผลกำไร (Profitability) ในภาคธนาคารจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจให้มีกำไร เพราะผลกำไรที่ได้จะต้องจ่ายเป็นเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น และเป็นรายจ่ายในการดำเนินงาน ตลอดจนเป็นหลักประกันที่ดีสำหรับผู้ฝากเงิน

2. ต้องดำรงสภาพคล่อง (Liquidity) ในการจัดการทรัพย์สินของธนาคาร โดยจะต้องคำนึงถึงสภาพคล่องเป็นสำคัญที่สุด

3. ต้องยึดหลักความปลอดภัย (Safety) ตามปกติผู้ฝากเงินจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของธนาคารที่ได้เอาเงินไปฝากไว้เป็นอันดับแรก ฉะนั้นธนาคารจำเป็นต้องให้กู้หรือลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด เพื่อความปลอดภัยของผู้ฝากเป็นสำคัญ

4. ยึดหลักความมั่นคงทางการเงิน (Solvency) โดยจะต้องพยายามประคับประคองฐานะการเงินของธนาคารให้มั่นคงปลอดภัยจากการล้มละลาย ด้วยการทำให้ทรัพย์สินมีมูลค่ามากกว่าหนี้สินอย่างสม่ำเสมอ

แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการ

องค์การธุรกิจไม่ว่าขนาดย่อมหรือขนาดใหญ่ จะประสบผลสำเร็จในการจัดการได้มากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ ดังนี้ คือ (วันเพ็ญ พัฒนชีวะพูล. 2546 : 14-16)

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อม คือ ความต้องการศึกษาวิจัยการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวตามทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมประกอบด้วย

1.1 การใส่ใจและใกล้ชิดลูกค้า เพื่อให้สามารถทราบถึงความต้องการใหม่ ๆ และเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

1.2 ปฏิบัติการฉับไว หมายถึง การเป็นผู้นำมิใช่การเป็นผู้ตาม โดยจะคอยแสวงหาโอกาสต่าง ๆ ตลอดเวลา และส่งเสริมให้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

1.3 มุ่งสนใจธุรกิจชัดเจน การมีจุดสนใจที่ชัดเจน และมีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังของสิ่งที่จะทำอย่างชัดเจน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานทางธุรกิจประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี

2. ปัจจัยด้านการบริหาร คือ การมีเทคนิคการจัดการและกระบวนการบริหารงานที่ทันสมัยทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้ คือ

2.1 วิสัยทัศน์ของผู้นำ คือ ความเป็นผู้นำขององค์การมากกว่าเป็นเพียงผู้นำภายในองค์การ

2.2 การมุ่งปฏิบัติ คือ การลงมือกระทำในทันทีเมื่อพิจารณาเห็นว่าจะทำให้เกิดประโยชน์โดยไม่ยึดติดกับพิธีการมากเกินไป

2.3 การดำเนินการแบบยึดหลักเกณฑ์และเหตุผลน้อย คือ การตัดสินใจทำงานที่ต้องมีการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อคุณค่าและความสมเหตุสมผล

3. ปัจจัยด้านโครงสร้าง คือ การจัดและออกแบบโครงสร้างที่มีความคล่องตัวและเหมาะสมกับสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น คือ

3.1 การจัดโครงสร้างแบบง่าย ๆ เป็นการจัดองค์การโดยพยายามให้มีการจัดทีมงานขนาดเล็ก แบ่งเป็นหน่วยย่อย ๆ แต่ละหน่วยให้มีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวได้

3.2 มีการกระจายอำนาจ เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในมีความคิดริเริ่มและสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของตลาดได้

3.3 การอ่อนในท่าแต่แข็งในที คือ การบริหารงานที่ต้องกระทำในสิ่งต่าง ๆ ตามหลักเกณฑ์ที่วางไว้ แต่ไม่ผูกติดกับหลักเกณฑ์และระเบียบมากเกินไป คล่องตัว และปล่อยให้มีการคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ และการให้กล้าลองเสี่ยงเพื่อจะช่วยให้องค์การประสบผลสำเร็จได้

4. ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ คือ ปัจจัยที่ให้คุณค่าสูงและส่งผลถึงผลผลิต คุณค่าของสินค้าและบริการ และความสำเร็จขององค์การ ทั้งนี้สิ่งที่ต้องสร้างขึ้นนั้นประกอบด้วย

4.1 การสร้างบรรยากาศให้มีความเชื่อถือระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความผูกพันต่องานที่ทำ

4.2 การเพิ่มผลผลิตโดยอาศัยการเห็นชอบร่วมกัน จะสำเร็จได้ด้วยการติดต่อสื่อสารที่ดี

4.3 การมุ่งผลระยะยาว คือ ต้องรู้คุณค่าของทรัพยากรมนุษย์ และกระทำอย่างจริงใจและจริงจังด้วยการรู้จักหา รู้จักสร้าง หรือยอมทุ่มเทลงทุนพัฒนาคนให้เติบโตได้ด้วยความอดทน รู้จักและเปิดทางให้คนได้มีโอกาสก้าวหน้า และเติบโตอย่างมีคุณค่า

เดมมิ่ง (Deming) ปรมาจารย์แห่งวิชาการด้านคุณภาพ ท่านเป็นชาวอเมริกาที่โด่งดังมากในประเทศญี่ปุ่น ได้ศึกษาหลักการบริหารคุณภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการสร้างคุณภาพในทุกองค์การ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ พร้อมที่จะทำให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน หลักการบริหารคุณภาพของเดมมิ่งมี 14 ข้อ ดังนี้ (วันเพ็ญ พัฒนชีวะพูล. 2546 : 16-18)

1. การสร้างปณิธานอันแน่วแน่ในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ หมายความว่า ผู้บริหารจะต้องมีความมุ่งมั่นในเรื่องของการสร้างคุณภาพ ต้องมีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาวอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยมีความอดทนเพียงพอที่จะรอผลลัพธ์ให้เกิดขึ้น

การตั้งปณิธานอย่างมุ่งมั่นแน่วแน่ ควรจะมุ่งเน้นใน 4 เป้าหมายหลัก คือ นวัตกรรม (Innovation) การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) และการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance)

2. จงยอมรับปรัชญาใหม่ ๆ ของการบริหาร หมายความว่า ต้องยอมรับวัฒนธรรมแห่งคุณภาพ เสมือนหนึ่งปรัชญาการดำเนินชีวิตหรือลัทธิศาสนา เพราะคุณภาพเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพนักงานทุกคน จากการทำงานตามสั่งกลายเป็นการดูแลรับผิดชอบในผลงานของตนเอง

3. จงยุติการควบคุมคุณภาพโดยอาศัยแต่การตรวจสอบ หมายความว่า การควบคุมคุณภาพต้องมุ่งที่การควบคุมที่กระบวนการผลิตเป็นสำคัญ ไม่ใช่อาศัยการตรวจสอบที่ตัวสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วเท่านั้นเป็นการป้องกันความผิดพลาดไม่ให้เกิดขึ้น

4. จงยุติวิธีดำเนินธุรกิจโดยการตัดสินด้วยราคาขายเพียงอย่างเดียว ซึ่งในการดำเนินธุรกิจนั้นต้องมีมาตรการในการกำหนดคุณภาพของสินค้ามากกว่าการใช้เกณฑ์ในการดำเนินธุรกิจด้วยวิธีการกำหนดราคา ถือว่าเป็นสิ่งไม่ถูกต้องในการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ

5. จงปรับปรุงระบบการผลิตและระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายความว่า การสร้างเสริมคุณภาพให้เกิดขึ้น ไม่ใช่งานที่ทำครั้งเดียวเสร็จ แต่เป็นงานที่จะต้องทำการพัฒนาและปรับปรุงอย่างค่อยเป็นค่อยไป และจะต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอด้วยการใช้วงจรเดมมิ่งเพื่อการปรับปรุง ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

6. จงทำการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ต้องมีการจัดทำแผนการฝึกอบรมให้ศึกษาแก่พนักงานทุกคนในเรื่องของคุณภาพและการบริหารจัดการคุณภาพ พร้อมทั้งจะต้องดำเนินการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ

7. จงสร้างภาวะผู้นำ หมายความว่า การสร้างภาวะผู้นำอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งของการสร้างวัฒนธรรมแห่งคุณภาพให้เกิดขึ้นในองค์การ

8. จงกำจัดความกลัวให้หมดไป หมายความว่า องค์กรและผู้บริหารจะต้องสร้างบรรยากาศของการเรียนรู้ หัวหน้างานและพนักงานจะต้องกล้าที่จะสอบถามในสิ่งที่ตัวเองไม่รู้หรือไม่เข้าใจโดยไม่ต้องกลัว โดยผู้บริหารจะต้องเปิดโอกาสและกระตุ้นให้พนักงานกล้าแสดงออกเพื่อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น

9. จงพังกำแพงขวางกั้นระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ โดยการติดต่อประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานที่อยู่ต่างหน่วยงานกัน แต่มีงานเกี่ยวเนื่องกันกับการปรับปรุงคุณภาพ สามารถร่วมมือกันได้อย่างเต็มที่

10. จงกำจัดคำขวัญและเป้าหมาย หมายความว่า คำขวัญและเป้าหมายอาจจะไม่มีความหมายหากปราศจากแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ดังนั้นการใช้คำขวัญและเป้าหมายเพื่อการจูงใจหรือกระตุ้นเตือนนั้น ผู้บริหารจะต้องมั่นใจว่าได้เสนอแนะวิธีปฏิบัติที่จะทำให้สามารถบรรลุคำขวัญหรือเป้าหมายนั้น ๆ ได้

11. จงกำจัดจำนวนโควต้าที่เป็นตัวเลข หมายความว่า ผู้บริหารที่ดีนั้นไม่ควรที่จะใช้โควต้าการผลิตที่ระบุเป็นจำนวนตัวเลขขั้นต่ำเพื่อการวัดผลงานของพนักงานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

12. จงกำจัดสิ่งกีดขวางความภาคภูมิใจของพนักงาน หมายความว่า การมุ่งเน้นที่เป้าหมายหรือโควต้าการผลิตมากกว่าเน้นที่คุณภาพ จะทำให้ความภาคภูมิใจของพนักงานในผลงานของตนเองลดน้อยลง เพราะไม่ได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงคุณภาพ การมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจและความพอใจในงานมากขึ้น

13. จงจัดทำแผนการศึกษาและทำการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะรองรับโครงการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้การฝึกอบรมเป็นการพัฒนาพนักงานและเป็นการลงทุนระยะยาวที่จะมีผลต่อความสำเร็จที่องค์กรสามารถอยู่รอดได้

14. จงลงมือปฏิบัติเพื่อบรรลุผลสำเร็จของการเปลี่ยนแปลง หมายความว่า ผู้บริหารจะต้องจัดองค์การและนำตนเองเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับปรุงคุณภาพ โดยการลงมือปฏิบัติด้วยการเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานและเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้บริหารต้องยึดมั่นในคุณภาพอย่างจริงจัง และต้องเป็นการผูกพันในระยะยาว มิใช่เป็นการเฝ้าดูผลสำเร็จในระยะสั้นแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

หลักการบริหารคุณภาพของเดมมิ่งทั้ง 14 ข้อ จึงเป็นเรื่องที่องค์การและธุรกิจควรยึดถือปฏิบัติเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการของตนเองให้สามารถแข่งขันในสภาวะปัจจุบันได้

การบริการคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management : TQM)ซึ่งเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ โดยสมาชิกทุกคนขององค์กรมีส่วนร่วมและมุ่งมั่นผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ารวมทั้งสร้างผลประโยชน์ตอบแทนแก่หมู่สมาชิกขององค์กรและสังคม สามารถสรุปหลักการบริหารคุณภาพของ TQM ที่สำคัญ 3 ประการได้ดังนี้ (วันเพ็ญ พัฒนชีวะพูล. 2546 : 18) คือ

1. การมุ่งเน้นที่คุณภาพ (Quality – Oriented) หมายถึง คุณภาพของสินค้าหรือบริการที่สร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าได้หรือเป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการด้านคุณภาพ ซึ่งจะถูกตัดสินโดยลูกค้าภายนอกเป็นหลัก

2. การปรับปรุงกระบวนการ (Process Improvement) ในการบริหาร โดยยึดกระบวนการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานแต่ละคนในกระบวนการสามารถทำงานของตนได้อย่างถูกต้อง โดยอาศัยพนักงานที่มีคุณภาพและมีการ

ปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง สามารถลดความผิดพลาดและความสูญเสียต่าง ๆ ให้เหลือน้อยที่สุดหรือหมดไปได้

3. ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม (Total Involvement) หมายความว่า องค์กรควรให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการ พัฒนาและปรับปรุงสู่องค์กรคุณภาพ (Quality Organization)

เนื่องจากการบริหารคุณภาพของ TQM จะเป็นการบริหารที่มุ่งเน้นคุณภาพ ปรับปรุงกระบวนการ และการมีส่วนร่วมของทุกคนในองค์กรแล้ว กระบวนการบริหารจัดการ โพสคอร์บของ กูลิค (Gulick's POSDCORB Process) มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการขององค์กรซึ่งสามารถทำให้งานของผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมายของงานได้ดังนี้ (คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. 2544 : 363) คือ

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดเป้าหมายของงาน การกำหนดกลยุทธ์การทำงาน และการประเมินแผนงานไว้ล่วงหน้า

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดแผนผังสายงาน สายบังคับบัญชา พร้อมทั้งกำหนดหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน

3. การจัดบุคคล (Staffing) เป็นการจัดสรรหาบุคคลให้มาปฏิบัติงานตามสายงานที่กำหนดรวมทั้งการรับผู้ปฏิบัติงาน และพัฒนาผู้ปฏิบัติงาน

4. การอำนวยการ (Directing) เป็นการมอบหมายงาน การติดตามงานที่มอบหมาย การวินิจฉัยสั่งงาน การให้คำแนะนำ การสอบงาน และการจูงใจในการทำงาน

5. การประสานงาน (Co-Ordinating) เป็นการติดตามสร้างสัมพันธภาพทั้งหน่วยงานในองค์กรและนอกองค์กรเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผน

6. การรายงาน (Reporting) เป็นการรายงานให้ทราบความก้าวหน้าของงาน และแจ้งให้ผู้ร่วมงานทราบผลของงานที่ทำเป็นระยะ เพื่อประเมินการปฏิบัติงาน

7. การทำงบประมาณ (Budgeting) เป็นการจัดสรรงบประมาณการเงิน การวางแผนการใช้เงิน และการควบคุมการใช้เงิน

สรุปหลักการบริหารจัดการต่าง ๆ องค์การและธุรกิจควรยึดถือปฏิบัติเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการของตนเองให้สามารถแข่งขันในสภาวะปัจจุบันได้

ส่วนทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีดังนี้ (วันเพ็ญ พัฒนชีวะพูล. 2546 : 19-20) คือ

1. กลุ่มความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ได้แก่
   1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อขอรับบริการไม่นาน
   1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
   1.3 ลักษณะของสถานที่ของหน่วยบริการ
2. กลุ่มการประสานงานของการบริการ
   2.1 การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ
   2.2 การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ
3. กลุ่มอัธยาศัย และความสนใจต่อผู้รับบริการได้แก่
   3.1 คำพูดเชิงบวก เช่น การพูดที่สุภาพ และพูดในเชิงสร้างสรรค์
   3.2 บุคลิกภาพที่ดี
   3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
   3.4 ความเอาใจใส่ในการบริการตลอดเวลา
4. กลุ่มข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ได้แก่
   4.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ
   4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ
5. กลุ่มคุณภาพของบริการ ได้แก่
   5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน
   5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์
6. กลุ่มราคาค่าใช้จ่าย ได้แก่
   6.1 ราคายุติธรรม
   6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

สรุป เป็นทฤษฎีที่องค์การและธุรกิจ ควรนำไปปฏิบัติในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ได้รับความสะดวกและความพึงพอใจจากการบริการ

การจัดตั้งธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารพาณิชย์เอกชน ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐผ่านธนาคารแห่งประเทศไทย ที่จะต้องนำนโยบายด้านการเงินและนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลดีต่อประเทศชาติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และด้านบริการสาธารณะ อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจของภาคเอกชน ก็มีความจำเป็นต้องดำเนินไปเพื่อผลกำไร เพื่อตอบแทน

แก่ผู้ถือหุ้น แก่พนักงาน และเพื่อการเติบโตขององค์กร ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียด (การจัดตั้งธนาคารกสิกรไทย. 2551) ดังนี้

1. ชื่อบริษัท "บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)" เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท

2. บริษัทมีความประสงค์ที่จะเสนอขายหุ้นต่อประชาชน

3. วัตถุประสงค์ของบริษัทมีจำนวน 27 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ที่จะดำเนินกิจการธนาคารในประเทศไทย หรือประเทศอื่น ณ สำนักงานแห่งใหญ่และสาขาทั้งปวง และที่จะประกอบหรือกระทำการและสิ่งทั้งหลาย ซึ่งเนื่องในกิจการธนาคาร หรือซึ่งในภายหน้า ณ ที่ใด ๆ ที่บริษัทจะดำเนินกิจการ ย่อมเกี่ยวข้องเป็นธรรมดากับกิจการธนาคาร หรือการเงิน หรือหลักประกันสำหรับเงิน

2. ที่จะจัดหาทุนให้ หรือจ่ายเงินล่วงหน้าให้ หรือให้กู้ยืมเงิน หรือร่วมในการให้กู้ยืมเงินแก่บุคคล ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทหรือนิติบุคคลใด ๆ โดยมีหลักประกัน หรือไม่มีหลักประกัน โดยหลักประกันจะเป็นสังหาริมทรัพย์ หรืออสังหาริมทรัพย์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่างรวมกันเป็นสิทธิเรียกร้องในบัญชีเงินสด บัญชีเครดิต หรือบัญชีอื่น เป็นกรมธรรม์ พันธบัตร ใบหุ้นกู้ ตั๋วแลกเงิน ตั๋วสัญญาใช้เงิน เลตเตอร์ออฟเครดิต หรือสิทธิเรียกร้องใด ๆ หรือสิทธิอื่นใด หรือหนี้อย่างอื่น หรือสิ่งใด ๆ อันอาจทำขึ้น หรือเรียกเก็บได้ตามกฎหมายใด ๆ หรือโดยการมอบหนังสือสำคัญสำหรับที่ดิน สิ่งของเครื่องใช้ และสินค้า หนังสือโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ และใบตราส่ง ใบสั่งให้ส่งมอบของ ประทวนสินค้า บันทึก หรือ ใบสำคัญของนายคลังสินค้า หรือเจ้าของท่าเรือ หรือหนังสือสำคัญอื่นใดที่เป็นหลักฐาน นอกจากหลักประกันดังกล่าวแล้ว ยังให้รวมถึงหนังสือ ตราสาร หรือเอกสารใด ๆ ที่ออกโดยธนาคาร สถาบันการเงิน หรือบุคคลใด ๆ ที่สามารถใช้เป็นหลักประกันได้ด้วย

3. ที่จะรับฝากเงินในบัญชีเดินสะพัด หรือประเภทเงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ หรือ เงินฝากประเภทอื่น ๆ รวมทั้งการรับฝากเงินใด ๆ โดยออกตราสารการรับฝาก หรือตราสารแห่งสิทธิอย่างใด ๆ โดยมีหรือไม่มีดอกเบี้ย และที่จะใช้จ่ายเงินเช่นที่ว่านี้ ในการให้กู้ยืม ในการซื้อขาย และเรียกเก็บเงินตามตั๋วแลกเงิน หรือตราสารอันเปลี่ยนมือได้อย่างอื่นใด หรือ ในการอื่น ๆ ตามวัตถุประสงค์ของบริษัท

4. ที่จะรับฝาก ดูแล หรือจัดการวัตถุมีค่า เอกสาร ทรัพย์สิน สิทธิ และผลประโยชน์ไม่ว่าประเภทใด ด้วยวิธีใด ๆ ตลอดจนรับจัดการธุรกิจทุกชนิด ทุกประเภท ให้แก่บุคคล คณะบุคคล กองทุน องค์กร หรือหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน และภาครัฐ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนรับเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำ ให้บริการข่าวสาร ข้อมูล วิเคราะห์ หรือ

วางแผนโครงการ หรือความเห็นทางด้านการเงิน การลงทุน เป็นที่ปรึกษาในการซื้อขายกิจการ รวมกิจการ ควบกิจการ การเข้าเป็นบริษัท หรือหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หรือในสถานที่ซื้อขายหลักทรัพย์อื่นใด รวมถึงการดำเนินการ หรือการให้บริการอย่างใด ๆ และในเรื่องใด ๆ อันเกี่ยวข้องกับธุรกิจการเงิน และธุรกิจการลงทุน ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

5. ที่จะกระทำการซื้อขาย ซื้อลด หรือขายลด หรือจัดการจำหน่ายโดยวิธีใด ๆ ซึ่งเงินตราต่างประเทศ พันธบัตร ตั๋วเงินคลัง ตั๋วเงิน เลตเตอร์ออฟเครดิต ตราสารทางการเงิน ตราสารแห่งหนี้ ตราสารหรือหลักฐานแห่งสิทธิ หรือตราสารอื่นใด หุ้น หุ้นกู้ หน่วยลงทุน ตลอดจนหลักทรัพย์ทุกชนิด ทุกประเภท

6. ที่จะทำการค้า แยกและถลุงโลหะอันมีค่า (ทองและเงิน)

7. ที่จะเอาเงินลงทุนแสวงหาประโยชน์ในทางใดๆ ที่อาจเห็นว่าเป็นการสมควรตามกาลสมัย

8. ที่จะทำการเป็นนายทะเบียนหลักทรัพย์ ตัวแทน นายหน้า ตัวแทนค้าต่าง ผู้สนับสนุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ต่าง ๆ หรือทำหน้าที่อื่นใดในการซื้อขายหุ้น หุ้นกู้ พันธบัตรใด ๆ ตั๋วเงินคลัง หรือหลักทรัพย์อย่างใด ๆ หรือในกิจการอื่นใดที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจทางด้านการเงิน การลงทุน หรือการค้าขาย หรือการอื่นใด

9. ที่จะซื้อขายหรือจ่ายเงินล่วงหน้าสำหรับคูปองหรือดอกเบี้ยในการกู้เงิน หรือหลักประกันสาธารณะทั้งหลาย

10. ที่จะรับทำการให้กู้เงินแก่ประชาชน หรือเอกชน และที่จะจัดการและทำการให้กู้เช่นว่านี้

10. ทวิ ที่จะทำการค้ำประกัน อาวัล หรือรับรองภาระหนี้สินความรับผิดของบุคคลอื่น

11. ที่จะทำการเป็นผู้จัดการมฤดกตามพินัยกรรมที่ลูกค้า และผู้อื่นได้ทำขึ้นไว้

12. ที่จะทำการเป็นตัวแทนของรัฐบาลใดๆ และขององค์การสาธารณะ หรือเอกชนและบุคคลใดๆ

13. ที่จะก่อให้เกิด ทำให้สำเร็จ รับประกัน รับรอง เข้าร่วมจัดการ และดำเนินการในเรื่องใด ๆ ที่เป็นการสาธารณะ หรือเอกชนของประเทศ เทศบาล หรือการกู้เงินใด ๆ หรือของหุ้น หุ้นกู้ ของบริษัท บรรษัท หรือสมาคมใด ๆ และที่จะให้กู้ยืม เพื่อประโยชน์แห่งเรื่องเช่นว่านี้

14. ที่จะจัดให้ได้มา และเป็นเจ้าของสังหาริมทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์ สิทธิ ประโยชน์ และสรรพสิ่งทั้งปวง อันอาจถือกรรมสิทธิ์ หรือถือสิทธิได้ตามกฎหมายแห่งท้องถิ่น และทำการซื้อ จัดหามา รับ เช่า เช่าซื้อ ถือกรรมสิทธิ์ หรือถือสิทธิ ครอบครอง หรือสิทธิอื่นใด หรือปรับปรุง ใช้

หรือรับไว้จัดการโดยประการอื่นใด รวมตลอดทั้งการขาย จำหน่ายจ่ายโอนซึ่งทรัพย์สิน หรือสิทธิ และหน้าที่ทุกประเภท เพื่อประโยชน์อื่นใดของบริษัท หรือพนักงานของบริษัท

15. ที่จะทำการค้าขายร่วมกับ ร่วมลงทุนกับ หรือถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยเป็นหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด หรือถือหุ้นในบริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด กองทุน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังให้รวมถึงการเข้าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ หรือร่วมสัญญาทางธุรกิจกับนิติบุคคลใด ๆ ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของบริษัท

16. ที่จะสมทบเข้ากับบริษัทธนาคารใด ๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เหมือนกับ หรือสอดคล้องต้องกับวัตถุประสงค์ ของบริษัท

17. ที่จะแต่งตั้งตัวแทนและตั้งสาขา ณ ที่ใด และเพื่อกิจการใด ตามที่บริษัทจะเห็นว่าเป็นการเหมาะสม และที่จะเพิกถอนการแต่งตั้ง หรือล้มเลิกการตั้งเช่นว่านั้นเสียตามอำเภอใจ หรือรับเป็นตัวแทนของธนาคารพาณิชย์อื่น เพื่อดำเนินธุรกิจการธนาคารพาณิชย์

18. ที่จะกู้ยืมเงินหรือทรัพย์สินอย่างอื่น โดยมีหรือไม่มีดอกเบี้ยหรือหลักประกัน

19. ที่จะขาย.แลกเปลี่ยน.โอน.จำนำ.จำนอง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อแบบลีสซิ่ง ให้ใช้ หรือจำหน่ายจ่ายโอน โดยวิธีอื่นใด หรือนำไปใช้ประโยชน์อย่างใดๆ ซึ่งทรัพย์หรือสิทธิ หรือหน้าที่อย่างใด ซึ่งเป็นของ หรือตกมาอยู่ในอำนาจของบริษัท หรือของบุคคลอื่นใด รวมถึงการนำทรัพย์สิน หรือสิทธิหรือหน้าที่ดังกล่าวไปจำนำ จำนอง หรือการทำซีเคียวริไทเซชั่น หรือก่อภาระผูกพันใดๆ เพื่อเป็นประกันหนี้ หรือเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัทได้ทุกประการ

20. ที่จะเพิ่มหรือลดทุนของบริษัท ตามที่จะเห็นจำเป็น หรือสมควรตามกาลสมัย

21. ที่จะฟ้องร้อง ต่อสู้ เข้าเป็นคู่ความ ประนีประนอมยอมความ หรือดำเนินการอย่างอื่น ในคดีความใด ๆ ในศาล หรือองค์การตุลาการหรือคล้ายตุลาการใด ๆ และที่จะเสนอข้อพิพาทซึ่งธนาคารจะพึงมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยให้อนุญาโตตุลาการพิจารณา

22. ที่จะประกอบกิจการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต

23. ที่จะออกหลักทรัพย์ประเภทหุ้น หุ้นกู้ หน่วยลงทุน ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหลักทรัพย์ทุกประเภท ตั๋วเงิน หลักทรัพย์ หรือตราสารประเภทอื่นใด และไม่ว่าจะมีลักษณะเป็นเช่นใดตามที่ได้รับอนุญาต หรือตามที่กำหนดไว้ หรือจะกำหนดขึ้นต่อไปโดยกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายอื่นใด เพื่อเสนอขายต่อผู้ถือหุ้น ประชาชน หรือบุคคลใด ๆ ทั้งนี้ โดยมีราคาตามมูลค่าที่ได้ตั้ง หรือกำหนดไว้ หรือโดยการให้ ส่วนลด หรือในราคาที่สูงกว่าก็ได้

24. ที่จะขาย หรือโอนหนี้สินของลูกค้าหรือลูกหนี้ให้แก่บุคคล นิติบุคคล บรรษัท

บริหารสินทรัพย์ไทย บรรษัทบริหารสินทรัพย์ สถาบันการเงิน กองทุน หน่วยงานของรัฐ รวมถึงการรับซื้อ เข้าประมูล หรือรับโอนหนี้สินจากนิติบุคคล บรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย บรรษัทบริหารสินทรัพย์ สถาบันการเงิน กองทุน หน่วยงานของรัฐ ตลอดจนการโอน การรับโอนสิทธิเรียกร้องที่เกิดจากการขายสินค้าและบริการ หรือธุรกิจแฟคเตอริ่ง และทำการเรียกเก็บเงินจากบุคคลอื่น รวมทั้งการรับบริหารการติดตามหนี้สิน

25. ที่จะประกอบธุรกิจการออกบัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือบัตรอื่นใด รวมทั้งการร่วมกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน หรือนิติบุคคลใด ๆ ในการออกบัตรตามที่กล่าวให้แก่ลูกค้าของบริษัท

26. ที่จะประกอบกิจการอื่น ๆ ทุกอย่างที่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับ หรือเกี่ยวเนื่องกับการธนาคารพาณิชย์ หรือธุรกิจอันธนาคารพาณิชย์พึงประกอบได้ตามปกติประเพณี หรือที่พึงกระทำหรือต้องปฏิบัติ หรือได้รับอนุญาต หรือได้รับความเห็นชอบ หรือให้กระทำได้จากธนาคารแห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นการซึ่งจะนำไปให้สำเร็จประโยชน์แห่งความประสงค์ ไม่ว่าทุกประการหรือประการหนึ่งประการใด รวมทั้งกิจการอื่น ๆ ที่ต่อมาหากมีกฎหมายอนุญาต ให้กระทำได้

27. และโดยทั่วไปที่จะกระทำ หรือให้มีการกระทำการ และสิ่งทั้งหลายอื่น ซึ่งจะนำให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ โดยตรงหรือโดยอ้อม

บริบทของธนาคารกสิกรไทยสาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2535 เป็นสาขาที่ 384 ของธนาคารกสิกรไทย ที่ตั้ง 287 ม.3 ถ. โชคชัย-เดชอุดม ต.ประโคนชัย อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140 มีพนักงาน 7 คน ภายใต้การกำกับดูแลของผู้จัดการสาขา นายสานิตย์ แสงศิริรักษ์ โดยใช้นโยบายการบริหารงานคือ สรรสร้างความเป็นเลิศในการบริการ สร้างสรรค์เพื่อความพึงพอใจของทุกคน และมีผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการลูกค้า ดังนี้

ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ฝากถอนโอนปฏิบัติการ
   1.1 บริการรับ-จ่ายชำระเงิน
   1.2 ชำระค่าใช้จ่ายและบริการ
   1.3 รับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
   1.4 บัตรเดบิต
   1.5 โอนเงินในประเทศ

2. ออมเงินและลงทุน
   2.1 เงินฝากออมทรัพย์
   2.2 อีเซฟวิ่งแอคเคาน์
   2.3 เงินฝากประจำ
   2.4 เงินฝากกระแสรายวัน
   2.5 เงินฝากสกุลเงินต่างประเทศ
   2.6 กองทุน
3. ระดมทุนและกู้ยืม
   3.1 บริการด้านค้ำประกัน
   3.2 สินเชื่อระยะยาว
   3.3 สินเชื่อบ้านกสิกรไทย
   3.4 สินเชื่อบ้านทวีทรัพย์
   3.5 สินเชื่ออเนกประสงค์กสิกรไทย
   3.6 สินเชื่อเงินสดทันใจ
   3.7 สินเชื่อเพื่อการศึกษา
   3.8 สินเชื่อระยะสั้น
   3.9 บัตรเครดิต/บัตรเงินสด
4. ป้องกันความเสี่ยงและสารสนเทศ
   4.1 บริการซื้อ- ขายเงินตราต่างประเทศ
   4.2 ประกันชีวิต
   4.3 ประกันวินาศภัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการของลูกค้าธนาคารต่างๆ ดังต่อไปนี้

คณิณ ปาจุวัง (2537 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การเลือกธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝากในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ ระบุว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้านหรือที่ทำงาน พนักงานธนาคารสุภาพน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารดี ปัญหาในการใช้บริการเงินฝาก ที่พบมากที่สุด คือ ที่จอดรถไม่สะดวก รองลงมา คือ การให้บริการล่าช้า จำนวนพนักงานมีน้อย กลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความเห็น

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rajabhat University

เพิ่มเติมเพื่อให้ธนาคารพาณิชย์ปรับปรุง คือ ให้มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอให้บริการ มีการให้คำแนะนำบริการด้านต่าง ๆ สถานที่จอดรถสะดวก บริการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ หลายขั้นตอน

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการกับธนาคารที่สำคัญมากที่สุด ความมั่นคงของธนาคาร การค้ำประกันเงินฝากเต็มจำนวน รองลงมา คือ การจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากสูง ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสำคัญเล็กน้อยคือ ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ การบริการของพนักงาน ความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว ทำเลที่ตั้ง มีบริการเสริมอื่น ๆ การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย และธนาคารขนาดใหญ่ พบว่าในด้านสถานที่มี ลูกค้ามีความเห็นไม่แตกต่างกัน แต่เห็นด้วยที่เครื่องมืออุปกรณ์ของธนาคารขนาดใหญ่มีความทันสมัยมากกว่า มีการปรับปรุงบริการมากกว่า และมีบริการหลากหลายมากกว่า

ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย พบว่า ลูกค้ามีปัญหาด้านราคาในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ และด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ลูกค้ามีปัญหาในระดับปานกลาง

ดวงตะวัน พงษ์รูป(2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านความประทับใจในการให้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความพึงพอใจมาก

ประทานพร ฉันทวรลักษณ์ (2530 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย พบว่า ธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันอย่างมากมุ่งเข้าสู่ลูกค้ารายย่อย การกำหนดอัตราดอกเบี้ย การขายตรงโดยพนักงานมีความสำคัญมากที่สุด และจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อพนักงานธนาคาร เช่น การแต่งกาย การเอาใจใส่ลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

วิมลศักดิ์ ยงหนู (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานสาขาและลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์บริการธุรกิจอยุธยาธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าความพึงพอใจของพนักงานสาขาในการใช้บริการสินเชื่อทางด้านการตลาด มีระดับปานกลาง ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อมีระดับมาก และด้านบุคลากร มีระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับปานกลาง ด้านราคามีระดับปานกลาง ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อ มีระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับปานกลาง และด้านบุคลากรมีระดับมาก

วันเพ็ญ พัฒนชีวะพูล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของธนาคารประชาชน กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าผู้บริหารพนักงานและผู้ใช้บริการเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลในการดำเนินงานของธนาคารประชาชนจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากโดยผู้บริหารและผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าด้านคุณสมบัติของผู้ใช้บริการมีความสำคัญอันดับที่ 1 ส่วนพนักงานเห็นว่า ด้านคุณสมบัติของผู้บริหารมีความสำคัญอันดับที่ 1

สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน อายุ 26-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง มีรายได้ 8,000-20,000 ต่อเดือน และส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารและเป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์อื่นร่วมด้วย ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยทางการบริหารของธนาคาร ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน และปัจจัยด้านองค์การ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ยรรยง พร้อมสุข (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า หลักเกณฑ์การให้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ การให้กู้เป็นเงินกู้ระยะสั้นในรูปแบบตั๋วสัญญาใช้เงินมีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสินเชื่อทั่วไป ลูกค้าสามารถกำหนดจำนวนเงินที่ต่ำกว่าวงเงินสินเชื่อที่อนุมัติขั้นต่ำ 30,000 บาท สามารถกำหนดระยะเวลาคืนเงินของตั๋วตามต้องการได้ โดยตั๋วแต่ละฉบับไม่เกิน 120 วัน และมีค่าธรรมเนียมจัดการให้กู้ร้อยละ0.25 ของวงเงินที่ได้รับอนุมัติ ปัจจัยด้านการบริหารที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารตามลำดับจากระดับมากที่สุด มาก และ ปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์การ ปัจจัยด้านพนักงาน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่ลูกค้าพบหลังจากใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่

ระยะเวลาในการออกตั๋วสัญญาใช้เงินน้อยทำให้ต้องคอยต่อตั๋วสัญญาที่ครบกำหนด และเอกสารที่ใช้ประกอบการให้วงเงินมีปริมาณมาก

กล่าวโดยสรุปจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยที่ผลต่อการใช้บริการของลูกค้าที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงาน และระดับปานกลางได้แก่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ให้มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอให้บริการ มีการให้คำแนะนำบริการด้านต่าง ๆ สถานที่จอดรถสะดวก บริการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ หลายขั้นตอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัด บุรีรัมย์ ซึ่งมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 7,178 คน ที่ใช้บริการในช่วงปี พ.ศ. 2549-2551

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน แล้วใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check lists)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของ Likert มี 5 ระดับ ให้เลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่า "มากที่สุด" "มาก" "ปานกลาง" "น้อย" และ "น้อยที่สุด"

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด(Open Form) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

2.1 ศึกษาค้นคว้า เอกสาร บทความและรายงานการวิจัย

2.2 นำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้ามาสร้องแบบสอบถาม

2.3 นำเสนอร่างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และคณะกรรมการควบคุมภาคนิพนธ์ทำการตรวจสอบ เพื่อให้ได้คำถามที่ครอบคลุม ตรงสภาพ เป็นการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม แบบ ความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ (Face Validity)โดยผู้เชี่ยวชาญที่ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม ครั้งนี้ ได้แก่

2.3.1 นายสานิตย์ แสงศิริรักษ์ ผู้จัดการสาขาธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.3.2 นายกฤติเดช ฐานสันโดษ ธนกรสาขา ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.3.3 นายนภดล ศิริเมฆา ธนกรสาขา ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.4 นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบ แก้ไข จากผู้เชี่ยวชาญและคณะกรรมการควบคุม ภาคนิพนธ์ ทำการตรวจสอบ มาปรับปรุงแก้ไขและเสนอให้คณะกรรมการควบคุมภาคนิพนธ์แก้ไขอีกครั้ง แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

2.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานางรอง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความค่าเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach)

2.6 ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9702 ซึ่งผ่านเกณฑ์และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ขั้นดำเนินการ

1.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อขอหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัย ถึงผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถาม จากลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยตนเองจำนวน 367 ฉบับได้กลับมา 367 ฉบับ คิดเป็น ร้อยละ 100.00

2. ขั้นรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำกลับมาตรวจหาความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ในการจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ
2. กรอกรหัสแบบสอบถาม
3. ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการ ดังนี้

1. การศึกษาสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ด้วยจากแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ (Percent) เสนอข้อมูลเป็นตารางแสดงจำนวนร้อยละ

2. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบความเรียง

3. ข้อเสนอแนะที่เป็นคำถามปลายเปิด ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดคำตอบเข้าประเด็นเดียวกันแล้วแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบคำอธิบาย

4. เกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูล การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (Mean) ได้กำหนดขอบเขตของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คือ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

2. สถิติพื้นฐาน ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 ร้อยละ (Percentage)

2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

2.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะเสนอตามลำดับหัวข้อ ต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ มีดังนี้

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตาราง แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างซึ่งปรากฏผลดังตาราง 1 ถึง ตาราง 6

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	164	44.70
หญิง	203	55.30
รวม	367	100.00

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน เมื่อจำแนกตามเพศ เป็นหญิงจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 ชายจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	39	10.60
21-30 ปี	95	25.90
31-40 ปี	117	31.90
41ปีขึ้นไป	116	31.60
รวม	367	100.00

จากตาราง 2 พบว่าส่วนใหญ่มี อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 รองลงมาคืออายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุ ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	134	36.50
สมรส	186	50.70
หม้าย	27	7.40
อย่าร้าง/แยกกันอยู่	20	5.40
รวม	367	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	68	18.50
มัธยมศึกษา	93	25.30
อนุปริญญา	28	7.60
ปริญญาตรี	163	44.40
สูงกว่าปริญญาตรี	15	4.10
รวม	367	100.00

จากตาราง 4 พบว่าส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน – นักศึกษา	45	12.30
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	83	22.60
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	75	20.40
เจ้าของกิจการ	76	20.70
อื่น ๆ ระบุ (เกษตรกร แม่บ้าน)	88	24.00
รวม	367	100.00

จากตาราง 5 พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพอื่น ๆ (เกษตรกร แม่บ้าน) มากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมา คือ อาชีพ รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 อาชีพ ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	93	25.30
5,001 – 10,000 บาท	104	28.30
10,001 – 15,000 บาท	46	12.50
15,001 – 20,000 บาท	32	8.70
20,001 – 30,000 บาท	49	13.40
30,001 บาทขึ้นไป	43	11.70
รวม	367	100.00

จากตาราง 6 พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมาคือ รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตอนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งปรากฏผลดังตาราง 7 ถึง ตาราง 11 ดังนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนตามความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมและรายด้าน

ข้อความ	$\overline{X}$	*S.D.*	ระดับ
ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน	3.97	0.46	มาก
ปัจจัยด้านองค์กร	3.36	0.36	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.34	0.47	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.56	0.36	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลในการใช้บริการของลูกธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.97) ด้านองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.36) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ($\overline{X}$ = 3.34)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนตามความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการบริการของพนักงาน

ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.50	0.52	มาก	1
2. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	4.46	0.54	มาก	2
3. กิริยามารยาทของพนักงาน	4.13	0.69	มาก	3
4. บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน	3.75	0.65	มาก	8
5. ความรู้ความเข้าใจในบริการต่าง ๆ ของพนักงาน	3.68	0.62	มาก	10
6. การต้อนรับและการให้คำแนะนำของพนักงาน	3.68	0.66	มาก	9
7. ความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน	3.87	0.70	มาก	6
8. มีน้ำใจเอาใจใส่ลูกค้า	3.82	0.72	มาก	7
9. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า	3.89	0.70	มาก	5
10. มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ	3.94	0.70	มาก	4
รวมเฉลี่ย	3.97	.046	มาก	

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลในการใช้ ในด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.97) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ในด้านนี้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 "รวดเร็วในการให้บริการ" ($\bar{x}$ = 4.50) รองลงมา คือข้อ 2 "ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ" ($\bar{x}$ = 4.46) และ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 5 "ความรู้ความเข้าใจในบริการต่าง ๆ ของพนักงาน" ($\bar{x}$ = 3.68)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนตามความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านองค์กร

ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
ปัจจัยด้านองค์กร				
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคาร	3.31	0.63	ปานกลาง	7
2. การจัดสถานที่สะดวกแก่การติดต่อ	3.53	0.55	มาก	3
3. มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย	3.62	0.56	มาก	2
4. การตกแต่งสถานที่	3.52	0.57	มาก	4
5. ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน	3.41	0.52	ปานกลาง	5
6. ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร	3.75	0.58	มาก	1
7. ความสะอาดของสถานที่	3.25	0.48	ปานกลาง	8
8. มีเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ	3.37	0.65	ปานกลาง	6
9. มีการให้บริการผ่านอินเตอร์เน็ต	3.03	0.68	ปานกลาง	9
10. มีปริมาณสาขามาก	2.81	0.59	ปานกลาง	10
รวมเฉลี่ย	3.36	0.36	ปานกลาง	

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากตาราง 9 พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลในการใช้ ในด้านองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.36) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อ 2,3,4 และ 6 อยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ในด้านนี้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 6 "ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร" ($\bar{x}$ = 3.75) รองลงมา คือข้อ 3 "มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย" ($\bar{x}$ = 3.62) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 10 "มีปริมาณสาขามาก" ($\bar{x}$ = 2.81)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนตามความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด				
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์	4.09	0.48	มาก	1
2. มีพนักงานออกไปขายตรง แนะนำลูกค้า	4.02	0.51	มาก	2
3. มีการแจก แถม หลังการบริการ	3.76	0.55	มาก	3
4. มีบริการหักค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ผ่านธนาคาร	3.52	0.62	มาก	4
5. จ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	3.41	0.63	ปานกลาง	5
6. การบริการน้ำดื่มและผ้าเย็นในสาขา	3.24	0.49	ปานกลาง	6
7. การบริการเติมเงินผ่านมือถือ	3.00	0.72	ปานกลาง	7
8. บริการ เอทีเอ็ม ซิม	2.71	0.73	ปานกลาง	9
9. อนุมัติสินเชื่อภายใน 7 วันทำการ	2.70	0.81	ปานกลาง	10
10. ระบบการแจ้งเตือนผ่านมือถือเมื่อมีการโอนเงินหรือใช้จ่ายผ่านบัตรเอทีเอ็มและบัตรเครดิต	2.94	0.80	ปานกลาง	8
รวมเฉลี่ย	3.34	0.47	ปานกลาง	

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากตาราง 10 พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลในการใช้บริการในด้านการส่งเสริการตลาดอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.34) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อ 1,2,3 และ 4 อยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ในด้านนี้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 "การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์" ($\bar{x}$ = 4.09) รองลงมา คือ ข้อ 2 "มีพนักงานออกไปขายตรง แนะนำลูกค้า" ($\bar{x}$ = 4.02) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 9 "อนุมัติสินเชื่อภายใน 7 วันทำการ" ($\bar{x}$ = 2.70)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งปรากฏดังตาราง 11 ดังนี้

ตาราง 11 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวม

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (N = 95)	ร้อยละ
1. พนักงานน้อย ไม่เพียงพอต่อการบริการ	43	45.26
2. พนักงานให้บริการช้า	15	15.79
3. พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์มากเกินไป	8	8.42
4. สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	2	2.11
5. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูง	7	7.37
6. การทำรายการบางอย่างมีขั้นตอนที่ซับซ้อน	3	3.16
7. ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	12	12.63
8. ควรมีพนักงานออกไปให้บริการนอกสถานที่	5	5.26
รวม	95	100

จากตาราง 11 พบว่า ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า มีพนักงานน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการเป็นอันดับที่ 1 (ร้อยละ 45.26) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการช้า (ร้อยละ 15.79) และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (ร้อยละ 12.63) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ต่อปัจจัยที่มีผลในการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมายของการทำวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผลการวิจัย
5. ข้อเสนอแนะ
   - 5.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้
   - 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป

ความมุ่งหมายของการทำวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 7,178 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากรตามตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) จะได้จำนวน 367 คน แล้วใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยขึ้นเอง โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาและมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำในการพัฒนาเครื่องมือ แล้วนำเครื่องมือที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.9702

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดส่งหนังสือขอความร่วมมือพร้อมนำแบบสอบถามด้วยตนเองไปยังธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามจำนวน 367 ฉบับ ได้รับคืน 367 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บได้ไปวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการ ดังนี้

4.1 การศึกษาสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ด้วยจากแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ (Percent) เสนอข้อมูลเป็นตารางแสดงจำนวนร้อยละ

4.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบความเรียง

4.3 ข้อเสนอแนะที่เป็นคำถามปลายเปิด ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดคำตอบเข้าประเด็นเดียวกันแล้วแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบคำอธิบาย

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขา ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.97)และมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.36) และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.34)

2. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า มีจำนวนพนักงานน้อยไม่เพียงพอต่อการบริการลูกค้า พนักงานให้บริการช้า ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูง ตามลำดับ จึงควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการ พนักงานควรบริการให้เร็วขึ้น จัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และควรลดค่าธรรมเนียมในการบริการลง

อภิปรายผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีประเด็นที่ค้นพบอันจะเป็นข้อมูลไปสู่การวางแผนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ให้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้อภิปรายและให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากในปัจจุบันแต่ละธนาคารมีการแข่งขันกันสูงเพื่อส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ (Customer Sastisfaction) และก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการตลอดไป (Customer Loyalty) ซึ่งระดับความความสำคัญของการบริการมี 2 ระดับดังนี้

ระดับแรก ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้า ได้รับบริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความปีติยินดี และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

ระดับที่สอง ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถการรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด ดังนั้นการสร้างคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศจึงต้องอาศัยความละเอียดอ่อนที่จะส่งมอบความประทับใจจากการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการควรจะตระหนักถึงการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อทำให้การบริการขององค์กรมีความเป็นเลิศในการสร้างคุณภาพและคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีดังนี้

2.1 ด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก เพราะการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจที่มีการแข่งขันกันมากในปัจจุบัน โดยธุรกิจต่างนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ เพื่อที่จะต่อสู้กับคู่แข่งในโลกของธุรกิจ อาทิเช่น การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของการบริการเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การเพิ่มจำนวนสาขา เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้า การโฆษณาสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จัก สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้า หรือบริการ แต่ยังมีสิ่งที่จำเป็น และสำคัญอีกอย่างที่เจ้าของธุรกิจ หรือผู้ประกอบการมักลืมให้ความสำคัญ หรือให้ความสำคัญน้อย สิ่งนั้นคือ การบริการที่ดี สิ่งที่เรียกว่าการบริการที่ดี คือการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และประทับใจ ทั้งก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังการซื้อ เพราะถ้าธุรกิจไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริการที่ดีแล้ว ธุรกิจนั้นจะไม่มีลูกค้าประจำ ไม่มีการแนะนำต่อจากลูกค้า และธุรกิจนั้นจะไม่มีความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลศักดิ์ ยงหนู (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานสาขา และลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์บริการธุรกิจอยุธยาธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าความพึงพอใจของพนักงานสาขาในการใช้บริการสินเชื่อด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก

2.2 เมื่อพิจารณาด้านองค์กร พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ ได้มีการปรับปรุงสถานที่และอุปกรณ์สำนักงานให้ทันสมัยมากขึ้น จึงทำให้ปัจจัยด้านองค์กรของแต่ละธนาคารไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 เมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ในรูปของการให้บริการทางการเงิน การที่จะสร้างความมั่นใจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น ธุรกิจจะต้องสร้าง และนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

3. สำหรับการวิเคราะห์ ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ปรากฏว่ามีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

3.1 ด้านงานบริการ ถือได้ว่าเป็นงานที่ต้องสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการโดยตรง พนักงานต้องให้ความสะดวก รวดเร็วในการบริการแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ.2544 : 350-351) คือ ระยะเวลารอคอยในการขอรับบริการไม่นาน

3.2 ด้านองค์กร ซึ่งควรมีการเพิ่มจำนวนพนักงานให้มากขึ้นเพื่อจะได้บริการลูกค้าให้ทั่วถึงและควรลดค่าธรรมเนียมและลดขั้นตอนในการให้บริการลงเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการตลอดจนควรมีการจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการและควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมาดูแลความเรียบร้อยประจำที่สาขาเพื่อความอุ่นใจของลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิณ ปาจุวัง (2537 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเลือกธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝากในเขต อำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมเพื่อให้ธนาคารปรับปรุง คือ ให้มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอให้บริการมรการให้คำแนะนำด้านต่าง ๆ สถานที่จอดรถสะดวก มีบริการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น และไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ หลายขั้นตอน

3.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีพนักงานออกให้บริการและแนะนำผลิตภัณฑ์นอกสถานที่เพื่อเป็นการให้บริการที่เข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้นและเป็นการลดระยะเวลาที่ต้องแนะนำผลิตภัณฑ์ในระหว่างให้บริการลง เพื่อให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. 2541: 211-212) คือ การใช้การตลาดภายนอก เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด ในการจัดเตรียมการให้บริการแก่ลูกค้า การจัดจำหน่ายเพื่อเป็นการเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีความประทับใจ และอยากที่จะมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้เกิดประสิทธิภาพดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญในด้านการให้บริการของพนักงาน โดยให้มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน คือ ไม่ว่าจะไปใช้บริการที่สาขาใดของธนาคารก็ตามต้องได้รับการบริการแบบเดียวกันทุกสาขา เพื่อสร้างความ พึงพอใจให้กับลูกค้าที่มารับบริการทุกคน ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ และคุณสมบัติของพนักงานที่ดีนั้น ควรมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่เข้าใจง่าย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนการสร้างบรรยากาศ ที่ดีในการทำงานเพื่อทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความสนุกสนานไม่เครียด เป็นต้น คุณสมบัติต่าง ๆ ที่กล่าวมา นอกจากจะสร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการแล้ว ยังช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธนาคารอีกด้วย

2 จากผลการวิจัยพบว่า ด้านองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารควรจัดสถานที่ติดต่อภายในให้เป็นสัดส่วนและง่ายต่อการมาติดต่อใช้บริการ และควรจัดเพิ่มพนักงานให้บริการเพื่อให้เพียงพอต่อการบริการลูกค้า และพนักงานควรมีการเรียนรู้งานที่หลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการทำงานให้ตนเองและองค์กร

3 จากผลการวิจัยพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ควรมีการจัดให้พนักงานออกไปให้บริการและแนะนำผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพื่อเป็นการเข้าถึงลูกค้าและสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้ามากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการให้บริการที่หลากหลายของธนาคารที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ผู้บริหาร และ พนักงานควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ และเพื่อเป็นการพัฒนาองค์กรให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัย โดยการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย กับสาขาอื่น ที่มีลักษณะเชิงพื้นที่แตกต่างกัน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร ในแต่ละพื้นที่เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้มีความสอดคล้องเหมาะสมต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงผู้ใช้บริการมากขึ้น

2.3 ควรมีการวิจัยซ้ำในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาในจังหวัดอื่น ๆ โดยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎีเดียวกัน เพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างและสถานที่ ที่ต่างกัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

บรรณานุกรม

การจัดตั้งธนาคารกสิกรไทย. (2551). ค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2551. จาก http://www.kasikornbank.com.

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. (2544). **จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 6.** กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์

คณิณ ปาจุวัง. (2537). **การเลือกธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝากในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ (รัฐประศาสนศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

จรินทร์ เทศวานิช. (2542). **เงิน ตลาดการเงิน และสถาบันการเงิน.** กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร. (2541). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ. (2538). **ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

ธงชัย สันติวงศ์. (2541). **ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

ดวงตะวัน พงษ์รูป. (2549). **พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.ถ่ายเอกสาร

นิตยา วงศ์ธาดา.(2543). **การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (บรรยาย).** กรุงเทพฯ : ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติอิมแพค เมืองทองธานี

บุญชม ศรีสะอาด.(2535). **การวิจัยเบื้องต้น.**กรุงเทพฯ: สุวีริยาสานส์.

ประวัติธนาคารกสิกรไทย.(2551). ค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2551. จาก http://www.kasikornbank.com.

ประทานพร ฉันทวรลักษณ์. (2530). **การส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

พินพัสนีย์ พรหมศิริ. (2547). **รูปแบบกลยุทธ์การตลาด.**ประชาชาติธุรกิจ, หน้า 6.

พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522. (2522, 23 กุมภาพันธ์). ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2551. จาก http://www.kodmhai.com/m4/m4-1/Nthailaw-4-1/N26.html.

ยรรยง พร้อมสุข. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของธนาคารกสิกรไทยสาขาในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

วเรศ อุปปาติก. (2541). **เศรษฐศาสตร์การเงินและการธนาคาร.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2543). **คุณภาพ คือ ความอยู่รอด.** กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพรส.

วิมลศักดิ์ ยงหนู. (2547). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานสาขา และลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์บริการธุรกิจอยุธยา ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน).**วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.ถ่ายเอกสาร

วันเพ็ญ พัฒนชีวะพูล. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของธนาคารประชาชน กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมเพื่อการพัฒนา).บุรีรัมย์ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). **ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ

สุรักษ์ บุนนาค. (2541). **การเงินและการธนาคาร.** พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ และอภินันท์ จันตะนี. (2543). **เศรษฐศาสตร์การเงินการธนาคาร.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร

สมเกียรติ หิรัญธนวิวัฒน์. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์).เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

โฮมเพจเพื่อเผยแพร่พระเกียรติคุณของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า. (2551) ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2551. จาก http :// www.geocities.com/Tokyo/Shrine/6611.

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว ๘๘๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถ.จิระ ต.ในเมือง อ.เมืองบุรีรัมย์
จ.บุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณกฤติเดช ฐานสันโดษ

ด้วย นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำภาคนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้อย่างดียิ่ง จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำการวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อที่ผู้ทำการวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทียบ ละอองทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐๔๔๖๑ ๑๒๒๑, ๐๔๔๖๐ ๑๖๑๖ ต่อ ๓๘๐๖
โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว ๘๘๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถ.จิระ ต.ในเมือง อ.เมืองบุรีรัมย์
จ.บุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสานิตย์ แสงศิริรักษ์

ด้วย นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำภาคนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้อย่างดียิ่ง จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำการวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อที่ผู้ทำการวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทียบ ละอองทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐๔๔๖๑ ๑๒๒๑, ๐๔๔๖๐๑๖๑๖ ต่อ ๓๘๐๖
โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว ๔๘๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถ.จิระ ต.ในเมือง อ.เมืองบุรีรัมย์
จ.บุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณนภดล ศิริเมฆา

ด้วย นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำภาคนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้อย่างดียิ่ง จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำการวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อที่ผู้ทำการวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทียบ ละอองทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑, ๐ ๔๔๖๐ ๑๖๑๖ ต่อ ๓๘๐๖
โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว ๘๙๕

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถ.จิระ ต.ในเมือง อ.เมืองบุรีรัมย์
จ.บุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๑๐ มกราคม ๒๕๕๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ทดลองเครื่องมือในการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย (สาขานางรอง)

ด้วย นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำภาคนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน เป็นประธานกรรมการควบคุมการศึกษาค้นคว้าในการนี้นักศึกษามีความประสงค์ในการทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัยที่จะใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อหาประสิทธิภาพของเครื่องมือในการวิจัย

ดังนั้นจึงขออนุญาตให้ นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย ทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกำหนดการทำงานผู้ทำการวิจัยจะประสานในรายละเอียดอีกครั้ง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทียบ ละอองทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑, ๐ ๔๔๖๐ ๑๖๑๖ ต่อ ๓๘๐๖
โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว ๑๔๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถ.จิระ ต.ในเมือง อ.เมือง
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย

ด้วย นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำภาคนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี รองศาสตราจารย์ประชัน คะเนวัน เป็นประธานกรรมการควบคุมภาคนิพนธ์ โดยการนี้นักศึกษามีความประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามผู้เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์อนุญาตให้นักศึกษาเข้าเก็บข้อมูลในหน่วยงานของท่านด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทียบ ละอองทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐๔๔๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๓๘๐๖
โทรสาร ๐๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ง

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งแบบสอบถามมี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามคำถามปลายเปิด ให้ผู้ใช้บริการได้เสนอแนะความคิดเห็นเพื่อนำไปปรับปรุงการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัยต่อไป

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทุกฉบับ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ ดังนั้นจึงขอความกรุณาโปรดตอบแบบสอบถามตามสภาพที่เป็นจริง เพราะคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงเท่านั้นที่จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และประโยชน์ต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามครั้งนี้ จะเสนอผลในภาพรวม ไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของท่านแต่อย่างใด

ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างดี

นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย
นักศึกษาปริญญาโท สาขารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตอนที่ 1

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

.....

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ไม่เกิน 20 ปี ( ) 21-30 ปี

( ) 31-40 ปี ( ) 41 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

( ) โสด ( ) สมรส

( ) หม้าย ( ) อย่าร้าง / แยกกันอยู่

4. การศึกษา

( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษา

( ) อนุปริญญา ( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

( )นักเรียน – นักศึกษา ( )รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

( )พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ( )เจ้าของกิจการ

( )อื่น ๆ ระบุ .....

6. ระดับรายได้

( ) ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 5,001 – 10,000 บาท

( ) 10,001 – 15,000 บาท ( ) 15,001 – 20,000 บาท

( ) 20,001 – 30,000 บาท ( ) 30,001 บาทขึ้นไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตอนที่ 2

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โปรดอ่านแบบสอบถามและพิจารณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่สอดคล้องกับความจริงมากที่สุด ซึ่งแต่ละช่องมีความหมาย ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
มาก	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ปานกลาง	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
น้อย	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ประเภทของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ	ระดับความเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน					
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
2. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ					
3. กิริยามารยาทของพนักงาน					
4. บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน					
5. ความรู้ความเข้าใจในบริการต่าง ๆ ของพนักงาน					
6. การต้อนรับและการให้คำแนะนำของพนักงาน					
7. ความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน					
8. มีน้ำใจเอาใจใส่ลูกค้า					
9. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า					
10. มีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ					

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ประเภทของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ	ระดับความเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านองค์กร					
11. ภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคาร					
12. การจัดสถานที่สะดวกแก่การติดต่อ					
13. มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย					
14. การตกแต่งสถานที่					
15. ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน					
16. ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร					
17. ความสะอาดของสถานที่					
18. มีเครื่องฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ					
19. มีการให้บริการผ่านอินเตอร์เน็ต					
20. มีปริมาณสาขามาก					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
21. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์					
22. มีพนักงานออกไปขายตรง แนะนำลูกค้า					
23. มีการแจก แถม หลังการให้บริการ					
24. มีบริการหักค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ผ่านธนาคาร					
25. จ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง					
26. การบริการน้ำดื่ม และผ้าเย็นในสาขา					
27. การบริการเติมเงินผ่านมือถือ					
28. บริการ เอทีเอ็ม ซิม					
29. อนุมัติสินเชื่อภายใน 7 วันทำการ					
30. ระบบการแจ้งเตือนผ่านมือถือเมื่อมีการโอนเงิน หรือใช้จ่ายผ่านบัตร เอทีเอ็มและบัตรเดรดิต					

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการแก้ไขปรับปรุงบริการของธนาคารกสิกรไทย

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก จ

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

N of Cases = 30.0

Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	3.9267	3.4000	4.6333	1.2333	1.3627	.0942

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	113.1667	240.4885	.4983	.	.9703
A2	113.2667	238.1333	.5582	.	.9701
A3	113.7667	231.4264	.7485	.	.9690
A4	114.0333	232.5851	.6841	.	.9694
A5	113.9000	232.5759	.7575	.	.9690
A6	113.8667	233.7057	.7254	.	.9692
A7	113.6000	234.7310	.6450	.	.9696
A8	113.8333	235.3851	.6078	.	.9698
A9	113.7667	238.3230	.5633	.	.9700
A10	113.8000	237.8207	.5075	.	.9704
B1	113.7667	234.8057	.6368	.	.9697
B2	114.1000	231.4034	.8315	.	.9686
B3	113.8333	230.6264	.7357	.	.9691
B4	114.1333	234.1195	.6797	.	.9694
B5	114.2333	233.0816	.7121	.	.9692
B6	113.5333	232.8092	.7116	.	.9692
B7	114.1333	233.2920	.7904	.	.9689
B8	114.0333	226.4471	.8615	.	.9682
B9	114.0333	226.4471	.8615	.	.9682
B10	114.2333	226.6678	.8086	.	.9686
C1	113.4667	232.6713	.7537	.	.9690
C2	113.5667	232.4609	.7430	.	.9691
C3	113.6333	237.2747	.5317	.	.9702
C4	113.8000	228.6483	.7552	.	.9690
C5	114.1333	228.7402	.8281	.	.9685
C6	113.6667	235.6092	.5846	.	.9700
C7	113.8667	228.5333	.7626	.	.9689
C8	114.3667	225.2057	.8274	.	.9685
C9	114.4000	225.9724	.8007	.	.9687
C10	114.2667	227.9264	.7559	.	.9690

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients 30 items

Alpha = .9702 Standardized item alpha = .9699

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rambhai Barni University

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวพัสตราภรณ์ ไชยช่วย
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2524
สถานที่เกิด	อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
ที่อยู่ปัจจุบัน	176 ถนนโชคชัย-เดชอุดม ตำบลถนนหัก อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ 31110 โทร.044-631459
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	พนักงานธุรการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนนางรองพิทยาคม อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2543 มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
	พ.ศ.2547 บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
	พ.ศ.2552 รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต (รป.ม.) สาขา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University