



แนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศ
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

อารีย์กิจ ฐรัฐกาญจน

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

ชื่อเรื่อง

แนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศ
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

โดย

อารีย์กิจ อัฐกาญจน์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิตติการกุล)

วันที่ 14 เดือน ๖ ค. พ.ศ. ๕๖

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ประสงค์ สายประเสริฐ)

วันที่ 14 เดือน ๖ ค. พ.ศ. ๕๖

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ)

วันที่ 14 เดือน ๖ ค. พ.ศ. ๕๖

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ)

วันที่ 14 เดือน ๖ ค. พ.ศ. ๕๖

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

วันที่ 14 เดือน ๖ ค. พ.ศ. ๕๖

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ชื่อผู้เขียน	นางอารีย์กิจ คุรุสภาญจน
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการในธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และศึกษาแนวทางในการพัฒนาผู้รับบริการ ธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายพนักงานการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตสาขานำร่อง 11 สาขา จำนวน 51 คนผู้วิจัยจะทำการศึกษาทั้ง 51 คน และฝ่ายลูกค้าผู้รับบริการธุรกิจต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้วยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 277 คน รวมทั้งสิ้น 328 คน โดยฝ่ายลูกค้าผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score: WMS) ผลการศึกษามีดังนี้

ด้านความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศ พบว่า พนักงานการเงินเห็นว่าโดยภาพรวมปัจจัยภายนอกและภายในมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.52) โดยปัจจัยภายนอกมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.72) โดยทุกประเด็นมีผลในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สภาพเศรษฐกิจ (WMS. = 3.75) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (WMS. = 3.74) และสถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.66) ส่วนปัจจัยภายในมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับปานกลาง (WMS. = 3.32) โดยประเด็นที่มีผลในระดับมาก คือ ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ (WMS. = 3.63) และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ (WMS. = 3.46) ที่เหลือมีผลในระดับปานกลาง ดังนี้ ขั้นตอนการให้บริการ (WMS. = 3.28) ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT (WMS. = 3.23) และความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ (WMS. = 3.01) ด้านความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการในธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมากที่สุด (WMS.=4.25) โดย

ด้านที่ถูกค้าพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (WMS.=4.38) และด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ (WMS.=4.27) ส่วนด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศถูกค้าพึงพอใจระดับมาก (WMS.=4.10)

สำหรับแนวทางในการพัฒนาผู้รับบริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คือ ฝึกอบรมความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่างประเทศให้แก่พนักงาน พัฒนา/ปรับปรุงเครื่องมืออุปกรณ์ ระบบโปรแกรมที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัย รวมทั้งพัฒนา/ปรับปรุงขั้นตอนต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ขยายผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า กำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ ปรับปรุงจุดบริการให้เป็นสัดส่วนและมีจุดเด่น ขยายจุดบริการไปยังสถานที่ต่าง ๆ และจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ ประชาสัมพันธ์เชิงรุก มุ่งเน้นความเข้าใจและความแตกต่างในการใช้บริการกับธนาคารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และกำหนดนโยบายในการพัฒนาธุรกิจร่วมกันระหว่างธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กับ ธนาคารกรุงไทย เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกัน

Title	Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives International Business Management Guideline Development
Author	Mrs. Arekit Kuratkranjana
Degree of	Master of Science in Cooperative Economics
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Siriporn Kiratikarnkul

ABSTRACT

The purpose of this research were: 1) to study opinions of international finance staff toward the cooperative international business; 2) to study satisfaction of the customers toward the cooperative international business; and 3) to develop guidelines for the Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives international business management. The total number of 51 samples included 51 finance staff who worked at the Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives (BAAC), 11 branches were set for a pilot study, and 277 customers who contacted the international services. Stratified sampling was used. The data were analyzed by using the SPSS and weight mean score (WMS) were calculated. The results showed as follows.

Overview of the opinion of international finance staff toward the cooperative international business on the effects of internal and external on international business was at a high level (WMS. = 3.52). The external factors showed high effects on the international business (WMS. = 3.72). The effects of external factors on the international business were at a high level. Considering every aspect, their effects were at a high level. The factors were rated from high to low: economic status (WMS. = 3.75), currency exchange (WMS. = 3.74), and international financial institutes (WMS. = 3.66). The effects of the internal factors on international business were at moderate level (WMS. = 3.32). The factors were rate from high to low: office location (WMS. = 3.63), advertisement (WMS. = 3.46), service process (WMS. = 3.28), sufficiency and readiness of information technology equipment (WMS. = 3.23), and staff competencies (WMS. = 3.01).

According to customer satisfaction, the results showed that, overall, customer satisfaction was at a highest level (WMS.=4.25). The aspect that satisfied the customers most

was staff manners (WMS.=4.38) and office location (WMS.=4.27). According to the service fee rate, the customer satisfaction was at a high level (WMS.=4.10).

Strategies for employee development suggested were staff training, improvement of high technology equipment and program systems, including developing effective process, product expanding that serve customer needs and setting service fees. Other strategies were improving and expanding counter services as well as considering proper counter services locations, providing mobile services, launching proactive advertisement, emphasizing of differences between services provided by other banks and BAAC and suggesting regulations for business development between BAAC and Krungthai bank in order to enhance service effectiveness and abilities in order to compete with similar business.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลงไปด้วยดี ได้รับความกรุณาจากคณะกรรมการที่ปรึกษา ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ประยงค์ สายประเสริฐ และรองศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ จรรยาสุภาพ กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดการศึกษาวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้จัดการ พนักงานการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร รวมทั้งลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ทั้ง 11 สาขานำร่อง คือ สาขานางเลิ้ง สาขา หมอชิต 2 สาขาเชียงใหม่ สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาพญา สาขาสาบใต้ใหม่ สาขาอุดรธานี สาขาหนองคาย สาขาขอนแก่น – จังโหล่น (ด่านนอก) สาขาขอนแก่น และสาขาขอนแก่น ที่ให้ความร่วมมือ และอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งคณาจารย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่าน ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติผู้ใหญ่ทุกท่าน และขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆ แม่โจ้ทุกท่านที่ช่วยเป็นกำลังใจและให้การช่วยเหลือ ชี้แนะเสมอมา

อารีย์กิจ คุรุกาญจน์

ธันวาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(13)
สารบัญตารางผนวก	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตการศึกษา	8
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	8
บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดการบริการ	11
บริการธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส.	15
แนวทางการดำเนินธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส.	24
แผนการดำเนินงานปีบัญชี 2551- 2555 ของ ธ.ก.ส.	25
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	26
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
กรอบแนวคิดในการศึกษา	50
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	51
สถานที่ดำเนินการศึกษา	51
ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	51
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การทดสอบแบบสอบถาม	55
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	56

การวิเคราะห์ข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการศึกษา	59
ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน และข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของ ลูกค้า รวมทั้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของ ลูกค้า	59
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	68
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า	79
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ และ ความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า	83
ตอนที่ 5 แนวทางในการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	88
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
สรุปผลการศึกษา	93
อภิปรายผล	100
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	105
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	106
บรรณานุกรม	108
ภาคผนวก	112
ภาคผนวก ก ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	113
ภาคผนวก ข ค่าสถิติ	117
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	129
ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	140

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 รายงานบริการ โอนเงินด่วนผ่านระบบ Western Union ตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม 2551 ถึง 30 มิถุนายน 2551	3
2 วิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการให้บริการ โอนเงินด่วนระหว่างประเทศผ่านระบบ Western Union	4
3 รายงานการซื้อขายเงินตราต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทุกสาขา (สาขานำร่อง 11 สาขา) ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2551 ถึง 30 พฤศจิกายน 2551	6
4 ขั้นตอนการให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้านรับซื้อ	16
5 ขั้นตอนการให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้านรับขาย	19
6 ข้อดีและข้อเสียในการร่วมทำธุรกิจกับธนาคารกรุงไทย	21
7 จำนวนประชากรฝ่ายพนักงานใน 11 สาขานำร่องของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	51
8 ประชากรและจำนวนตัวอย่างลูกค้าใน 11 สาขานำร่องของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	53
9 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน	60
10 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	62
11 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า จำแนกตามประเภทการให้บริการเงินตราต่างประเทศ วิธีการชำระเงิน และสกุลเงินที่ใช้บริการ	64
12 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า จำแนกตามจำนวนหน่วยที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ จุดบริการที่นิยมใช้บริการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์	66
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ)	68

ตาราง

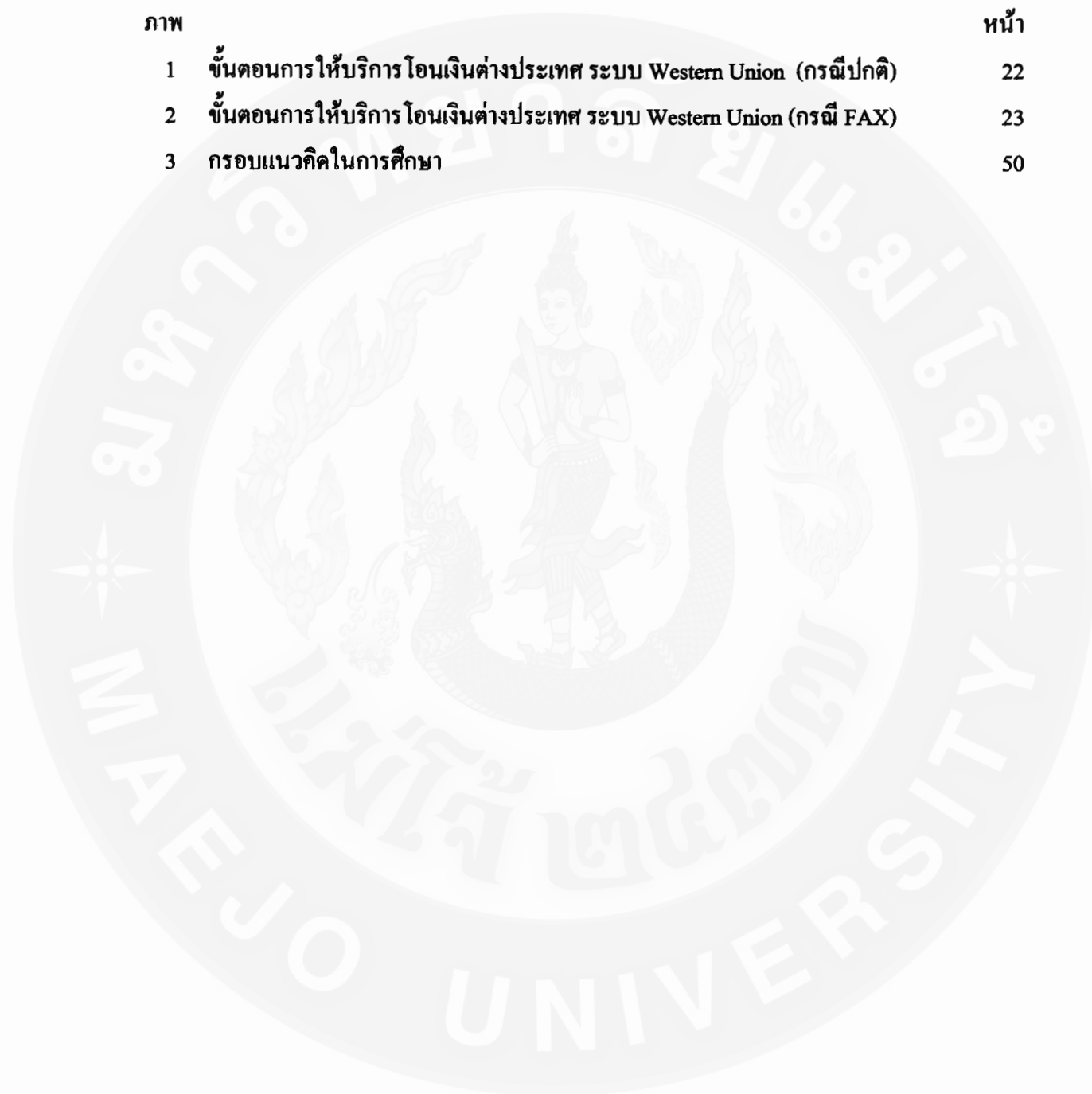
หน้า

14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT)	69
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ขั้นตอนการให้บริการ)	71
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ)	73
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ)	74
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายในรวม	75
19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก (สภาพเศรษฐกิจ)	76
20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก (อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ)	76
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก (สถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ)	77
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอกรวม	78
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยรวม (ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก)	79
24	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านพนักงานผู้ให้บริการ	80
25	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	81

ตาราง		หน้า
26	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	82
27	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจรวมของลูกค้าต่อการ ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	82
28	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน	84
29	จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	85
30	จำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	86
31	จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	87

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ขั้นตอนการให้บริการโอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union (กรณีปกติ)	22
2	ขั้นตอนการให้บริการโอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union (กรณี FAX)	23
3	กรอบแนวคิดในการศึกษา	50



สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวก	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงานด้านความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ	118
2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT	118
3 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ (การซื้อเงินตราต่างประเทศ)	119
4 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ (การขายเงินตราต่างประเทศ)	120
5 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของ พนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ (การโอนคว่นผ่านระบบ Western union)	121
6 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ	122
7 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ	123
8 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านสภาพเศรษฐกิจ	124
9 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	124
10 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของพนักงาน ด้านสถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	125
11 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศด้านพนักงานผู้ให้บริการ	126
12 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	127
13 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	128

บทที่ 1

บทนำ

การค้ากับต่างประเทศสำหรับประเทศไทยที่มีสินค้าทางการเกษตรเป็นสินค้าหลักในการส่งออก ทำให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ต้องเพิ่มการให้บริการกับลูกค้าที่เป็นเกษตรกรและต้องการการส่งออกสินค้าทางการเกษตร เพื่อให้เป็นการบริการที่ครบวงจรคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้การสนับสนุนในการให้เงินกู้ (สินเชื่อ) มีการให้คำแนะนำในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและเชื่อมโยงการตลาด โดยสุดท้ายการให้บริการในด้านการส่งออกต่างประเทศ ทำให้เป็นที่มาของการแก้ไข พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 ในมาตรา 10 ให้ธนาคารมีอำนาจกระทำการกิจการภายในขอบเขตแห่งวัตถุประสงค์ตาม มาตรา 9 โดยให้เพิ่มเติมใน (16/1) ประกอบธุรกิจเงินตราต่างประเทศตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด เพื่อให้เป็นไปตาม พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 7 พ.ศ. 2550 และเพื่อเพิ่มช่องทางการแสวงหารายได้จากค่าบริการและค่าธรรมเนียม คณะกรรมการ ธ.ก.ส. จึงมีมติเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2549 เห็นชอบร่างประกาศกระทรวงการคลังตามมาตรา 10 (16/1) แห่ง พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 6 พ.ศ. 2549 (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550) โดยให้ ธ.ก.ส. สามารถประกอบธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยชำระเงินตราต่างประเทศได้ตามพระราชบัญญัติควบคุมการแลกเปลี่ยนเงิน พุทธศักราช 2485 เพื่อประโยชน์ในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกร กลุ่ม/สถาบันเกษตรกรที่ส่งสินค้าไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ เป็นผลให้ธนาคารสามารถขยายขอบข่ายการให้บริการในตลาดเงินตราต่างประเทศตามข้อบังคับฉบับที่ 47 ได้เพิ่มขึ้น 2 ประเภท ได้แก่ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service) และบริการโอนเงินคว่นระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union โดยมีทีมงานธุรกิจต่างประเทศของสำนักงานธนาคารเป็นผู้รับผิดชอบการให้บริการ

ในระยะ 3 ปีแรก (ปี 2551 – 2553) ธนาคารได้ร่วมมือกับธนาคารกรุงไทยทำข้อตกลงความร่วมมือกันในการดำเนินงานธุรกิจปริวรรตเงินตรา โดยธนาคารจะซื้อขายเงินตราต่างประเทศที่ได้จากการดำเนินงานให้แก่ธนาคารกรุงไทย ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารอัตราแลกเปลี่ยน (Currency Risk Management) และเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายการขนส่งเงิน (Transportation Cost) เป็นต้น ปัจจุบันธนาคารได้ดำเนินงานโครงการเปิดจุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service) ตั้งแต่ เดือน มีนาคมปี พ.ศ. 2551

ในพื้นที่นาร่อง 11 สาขา ได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาหมคนิจ2 สาขาเชียงใหม่ สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาพญาสาขาสายใต้ใหม่ สาขาอุดรธานี สาขาหนองคาย สาขาย่อยไทย-จังโหลน (ค่านนอก) สาขาย่อยป่าดอง และสาขาย่อยกมลา ในขั้นแรกกำหนดแผนการรับซื้อขายเงินตราต่างประเทศ จำนวน 10 สกุล คือ AUD (ออสเตรเลีย ดอลลาร์) EUR (กลุ่มสมาชิก EU (EURO) HKD (ฮ่องกง ดอลลาร์) MYR (มาเลเซียริงกิต) SGD (สิงคโปร์ ดอลลาร์) CNY (ไชนีส หยวน) GBP (ปอนด์ สเตอร์ลิง) JPY (เยน) NZD (นิวซีแลนด์ ดอลลาร์) และ USD (ยูเอส ดอลลาร์)

ในส่วนของการดำเนินการโอนเงินค่านไปต่างประเทศ ธนาคารได้ลงนาม ข้อตกลงกับบริษัท Western Union Network (Canada) Company เพื่อเป็นตัวแทนบริษัทในการ โอนเงิน ซึ่งธนาคารเห็นว่าสามารถบริการกลุ่มลูกค้าเกษตรกรและครอบครัวในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งไปทำงานต่างประเทศ โดยใช้บริการสินเชื่อเพื่อไปทำงานต่างประเทศจาก ธนาคารได้ บริการด้านนี้ได้เปิดให้บริการใน ธ.ก.ส. ทุกสาขาทั่วประเทศ

ความสำคัญของปัญหา

จากการที่ ธ.ก.ส. ได้เปิดดำเนินการ ธุรกิจต่างประเทศ ตาม พระราชบัญญัติ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 7 พ.ศ. 2550 โดย ได้เปิดดำเนินการในขั้นแรก 2 ประเภท คือ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service) และบริการโอนเงินค่านระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union ซึ่งธุรกิจต่างประเทศทั้ง 2 ประเภทนี้เป็นธุรกรรมใหม่เพิ่งเริ่มดำเนินการยังอยู่ในขั้นตอนของการเรียนรู้ ธ.ก.ส.ก็ยังคงขาดบุคลากรที่มีความชำนาญถึงแม้ว่าในขั้นแรก ธ.ก.ส. ได้มีการรับสมัคร พนักงานที่มีประสบการณ์จากธนาคารอื่นที่เปิดบริการธุรกิจต่างประเทศทั้ง 2 ประเภทมาเป็น พนักงานที่ปฏิบัติงาน ใน 11 สาขานาร่อง ก็ยังไม่ทำให้ลูกค้าทราบว่า ธ.ก.ส.ได้มีบริการธุรกิจ ต่างประเทศทั้ง 2 ประเภทนี้ รวมทั้งพนักงานการเงินที่ปฏิบัติหน้าที่เดิมใน 11 สาขานาร่องก็ยังมี ทำที่ที่ยังไม่ยอมรับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และก็ยังไม่มีความชำนาญในการให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศ

จากผลการดำเนินงานของการ โอนเงินค่านต่างประเทศผ่านเครือข่าย Western Union ตั้งแต่ วันที่ 28 มีนาคม 2551 ถึง 30 มิถุนายน 2551 พบว่ามีรายได้ทั้งสิ้นเป็นจำนวน 563,844 บาท เป็นรายได้ด้านการรับเงินโอน จำนวน 537,226.65 บาท เป็นรายได้จากการส่งเงินโอนไป ต่างประเทศ เป็นจำนวน 26,617.35 บาท คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8,950.00 บาทต่อเดือน มีจำนวน ทั้งสิ้น 2,219 รายการ (Transaction) ส่วนใหญ่เป็นรายการรับเงินโอนต่างประเทศจำนวน 2,086

รายการ และ เป็นรายการส่งเงินโอน 133 รายการ คิดเป็น ค่าเฉลี่ยของรายการ โอนเงินต่างประเทศ เท่ากับ 695 รายการต่อเดือน โดยในการบริการโอนเงินต่างประเทศ นั้นทางทีมธุรกิจต่างประเทศที่ เป็นผู้รับผิดชอบในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศทั้ง 2 ประเภทได้มีการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนการให้บริการโอนเงินต่างประเทศผ่านระบบ Western Union ตามตาราง 2 โดย คาดการณ์ไว้ว่าในปี ที่ 1 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรน่าจะมีจำนวนธุรกรรม ประมาณ 16,771 ธุรกรรม หรือประมาณ 1,397 ธุรกรรม จะเห็นได้ว่าเมื่อเทียบกับปริมาณธุรกรรมที่เกิดขึ้นจริงต่างกัน 702 ธุรกรรม คิดเป็น ร้อยละ 50.25 ของปริมาณธุรกรรมที่คาดการณ์ไว้ในการ วิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน

ตาราง 1 รายงานบริการ โอนเงินค่านผ่านระบบ Western Union ตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม 2551 ถึง 30 มิถุนายน 2551

รายการ	รายการรับเงิน		รายการส่งเงิน		รวม	
	จำนวน	รายได้	จำนวน	รายได้	จำนวน	รายได้
	รายการ	(บาท)	รายการ	(บาท)	รายการ	(บาท)
ฝ่ายกิจการสาขา 1	327	83,650.46	13	3,745.08	340	87,395.54
ฝ่ายกิจการสาขา 2	147	37,688.39	7	1,156.36	154	38,844.75
ฝ่ายกิจการสาขา 3	652	166,670.92	16	3,129.29	668	169,800.21
ฝ่ายกิจการสาขา 4	523	136,140.51	10	2,470.63	533	138,611.13
ฝ่ายกิจการสาขา 5	78	18,970.59	19	3,472.65	97	22,443.24
ฝ่ายกิจการสาขา 6	189	49,249.58	22	3,692.30	211	52,941.89
ฝ่ายกิจการสาขา 7	32	9,703.89	12	2,420.42	44	12,124.31
ฝ่ายกิจการสาขา 8	51	14,283.21	19	4,298.00	70	18,581.21
ฝ่ายกิจการสาขา 9	87	20,869.09	15	2,232.61	102	23,101.71
รวม	2,086	537,226.65	133	26,617.35	2,219	563,844.00

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2551: 54)

ตาราง 2 วิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ
Western Union

(หน่วย: บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนธุรกรรม		16,771	21,802	28,342	36,845	47,899
รวมรายได้ (258บาท/ธุรกรรม)		4,326,918.00	5,624,916.00	7,312,236.00	9,506,010.00	12,357,942.00
ค่าใช้จ่ายลงทุน						
ค่าอุปกรณ์ Hardware	800,000.00					
ค่าติดตั้งเคอร์/ป้ายประกาศ	1,200,000.00					
คหจ.พณ.ติดตั้งซอฟต์แวร์	600,000.00					
คหจ.ฝึกอบรม	1,000,000.00					
รวมคหจ.ลงทุน	3,600,000.00					
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน						
ค่าเช่าตู้สาขา (USD900/เดือน)		378,000.00	378,000.00	378,000.00	378,000.00	378,000.00
คหจ.กองทุน		432,691.80	562,491.60	731,223.60	950,601.00	1,235,794.20
คหจ.บริการลูกค้า/FAX/แบบพิมพ์/ โทรศัพท์		335,420.00	436,040.00	566,840.00	736,900.00	957,980.00
คหจ.ฝึกอบรม			1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
คหจ.พณ.อัปเดตโปรแกรม				600,000.00		600,000.00
คหจ.เงินเดือน/สวัสดิการ+ โบนัส		840,000.00	1,000,000.00	1,200,000.00	1,500,000.00	2,000,000.00
คหจ.อื่นๆ		200,000.00	400,000.00	600,000.00	800,000.00	1,000,000.00
รวมคหจ.ดำเนินงาน		1,986,111.80	3,776,531.60	5,076,063.60	5,365,501.00	7,171,774.20
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	3,600,000.00	1,986,111.80	3,776,531.60	5,076,063.60	5,365,501.00	7,171,774.20
กระแสเงินสดสุทธิ	(3,600,000.00)	2,340,806.20	1,848,384.40	2,236,172.40	4,140,509.00	5,186,167.80
กำไร/ขาดทุนสุทธิ	(3,600,000.00)	(1,259,193.80)	589,190.60	2,825,363.00	6,965,872.00	12,152,039.80

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550: 78)

จากตาราง 2 เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ Western Union ระยะเวลา 5 ปี ในปี 0 เป็นปีที่มีแต่การลงทุน ค่าอุปกรณ์ (Hard ware) จำนวน 800,000 บาท ค่าติดตั้งเคอร์/ป้ายประกาศ จำนวน 1,200,000 บาท ค่าใช้จ่ายพนักงานติดตั้งซอฟต์แวร์ จำนวน 600,000 บาท ค่าใช้จ่ายฝึกอบรม 1,000,000 บาท รวมค่าใช้จ่าย 3,600,000 บาท ในปี 1 มีรายได้จากธุรกรรม ประมาณ 16,771 ธุรกรรม คิดเป็นจำนวนเงิน 4,326,918 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการประกอบการ ค่าเช่าตู้สาขา 378,000 บาท ค่าใช้จ่ายกองทุน 432,420 บาท ค่าใช้จ่ายบริการลูกค้า/โทรสาร /แบบพิมพ์/โทรศัพท์ 335,420 บาท ในแต่ละปีมี

ประมาณการของการเพิ่มของจำนวนธุรกรรม ร้อยละ 30 ทุกปีตลอดการวิเคราะห์ 5 ปี โดยมีอัตรา
การคิดลด NPV 10.50% มีการประมาณการผลตอบแทนในปีที่ 2 จำนวน 589,190.60 บาท ในปีที่ 3
จำนวน 2,825,363 บาท ในปีที่ 4 จำนวน 6,965,872 บาท ในปีที่ 5 จำนวน 12,152,039.80 บาท ใน
การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการให้บริการโอนเงินค่านระหว่างประเทศผ่านระบบ Western
Union มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9 เดือน

จำนวนธุรกรรม กรณี Expected ในปีแรกใช้ประมาณการจากการคาดการณ์ของ
ฝ่ายการตลาดบริษัท Western Union ซึ่งประมาณจากส่วนแบ่งการตลาดที่ธนาคารจะได้รับเมื่อเปิด
ให้บริการ และเป็นส่วนแบ่งของตลาดในพื้นที่ชนบท ในปีต่อๆ ไปประมาณการอัตราในการเติบโต
ปีละ 30% (ซึ่งฝ่ายการตลาดบริษัท Western Union ให้ตัวอย่างข้อมูลของธนาคารกรุงศรีอยุธยา
เพื่อให้ ธ.ก.ส. ใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจบริการต่างประเทศ โดยในปี
2549 ธนาคารกรุงศรีอยุธยามีจำนวนธุรกรรมมากกว่า 3 แสนรายการ ขอดรายได้ประมาณ 80 ล้าน
บาท)

รายได้ประมาณการจากรายได้จากอัตราค่าธรรมเนียม ซึ่งคาดว่าลูกค้าที่ใช้บริการ
ของธนาคารจะโอนเงิน / รับโอนเงินอยู่ในช่วงประมาณ 10,000 – 20,000 บาท ต่อธุรกรรม ดังนั้น
จึงประมาณการในการให้บริการเฉลี่ยธุรกรรมละ 15,000 บาท จะมีค่าธรรมเนียม 1,150 บาท
ตัวแทนจะได้รับส่วนแบ่งจากบริษัทประมาณ 258 บาทต่อธุรกรรม (เป็นอัตราที่ไม่คงที่แล้วแต่จะ
ตกลงกับบริษัท และ ไม่รวมรายได้จากอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากอาจมีทั้งการได้กำไรหรือขาดทุน
จากอัตราแลกเปลี่ยน)

ผลการดำเนินงานด้านการซื้อ-ขายเงินตราต่างประเทศของสาขานำร่อง 11 สาขา
ในสังกัด 8 สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัด (ตาราง 3) ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2551 ถึง 30 พฤศจิกายน 2551
พบว่าผลกำไรจากการซื้อขายเงินตราต่างประเทศรวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 17,971.71 บาท
(ธนาคารรับซื้อ 13,832,011.08 – ธนาคารขาย 12,106,921.00) ในการดำเนินการบริการแลกเปลี่ยน
เงินตราต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีนโยบายขยายจุดบริการให้
ครอบคลุมพื้นที่ทุกภาค แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ในการกำหนดเป้าหมายเป็นจำนวนรายได้ให้กับสาขาที่
เปิดให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตรมีความต้องการให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นการให้บริการในการ
อำนวยความสะดวกกับลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทั้งการให้บริการ
แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศยังอยู่ในขั้นตอนของการเรียนรู้ เป็นธุรกิจใหม่ของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ตาราง 3 รายงานการซื้อขายเงินตราต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทุกสาขา (สาขานำร่อง 11 สาขา) ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2551 ถึง 30 พฤศจิกายน 2551

สกุลเงิน	ธนาคารรับซื้อ			ธนาคารขาย		
	จำนวน (หน่วย: สกุลเงิน)	อัตรา แลกเปลี่ยน (บาท: หน่วย สกุลเงิน)	จำนวนเงิน (บาท)	จำนวน (หน่วย: สกุลเงิน)	อัตรา แลกเปลี่ยน (บาท: หน่วย สกุลเงิน)	จำนวนเงิน (บาท)
USD1-2	830.00	33.36048	27,689.20	498.00	34.39486	27,088.64
USD5-20	13,745.00	33.02520	453,931.35	13,825.00	33.46712	462,682.95
USD50-100	144,950.00	33.18159	4,809,671.94	144,750.00	33.48668	4,847,196.50
GBP	6,870.00	57.76217	396,826.10	2,885.00	60.82256	175,473.10
EUR	91,740.00	49.05804	4,500,584.80	61,330.00	50.06604	3,070,550.50
JPY	4,578,000.00	0.31429	1,438,799.20	4,559,000.00	0.31674	1,444,036.30
HKD	28,710.00	4.13051	118,587.00	25,290.00	4.18615	105,867.80
AUD	40,610.00	28.24917	1,147,198.85	35,665.00	28.75362	1,025,497.80
NZD	760.00	23.69263	18,006.40	20.00	25.96000	519.20
MYR	10,053.00	9.48366	95,339.28	4,797.00	9.78650	46,945.86
CNY	123,038.00	5.22551	642,936.46	162,413.00	4.99266	810,872.77
รวม			13,832,011.08			12,106,921.00
กำไร						17,971.71

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2551: 60)

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้เปิดให้บริการธุรกิจต่างประเทศทั้ง 2 ประเภทมาเป็นระยะเวลาประมาณ 1 ปี ได้มีผลการดำเนินงานที่ยังไม่เป็นไปตามการประมาณการของทีมธุรกิจต่างประเทศ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีนโยบายที่จะขยายบริการของ ธุรกิจต่างประเทศให้มีธุรกรรมเพิ่มขึ้นโดยมีการขยายสาขาในการให้บริการ ให้มีเพิ่มมากขึ้นจาก 11 สาขานำร่อง ดังนั้นธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามความต้องการและเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร วางแผนกลยุทธ์การตลาด ใส่ใจบริการ เพื่อแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์

อื่นๆ อยู่ตลอดเวลา แต่การปรับปรุงพัฒนาจะได้ผลมากยิ่งขึ้นหากทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทราบถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และข้อจำกัดในธุรกิจต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งการได้มาซึ่งแนวทางดังกล่าว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงความคิดเห็นของพนักงานผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ รวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้า ผู้รับบริการที่มีต่อการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศอย่างมีทิศทางสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเป็นไปตามเป้าหมายของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการในธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผู้รับบริการ ธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. พนักงานการเงินผู้ให้บริการสามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ทีมธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ
3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนนโยบายการพัฒนาธุรกิจบริการต่างประเทศให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยได้กำหนดการศึกษาค้นคว้าไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่สาขานำร่อง 11 สาขา ได้แก่ได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาหมอซิด 2 สาขาเชียงใหม่ สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาพญา สาขาไผ่ใหญ่ สาขาอุดรธานี สาขาหนองคาย สาขาย่อยไทย-จังโหลน (ด่านนอก) สาขาย่อยป่าดอง และสาขาย่อยกมลา ประชากรที่จะทำการศึกษาแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ พนักงานการเงินที่ทำหน้าที่ในการบริการธุรกิจต่างประเทศ และลูกค้าผู้รับบริการธุรกิจต่างประเทศ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจต่างประเทศ จากความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ ดังนี้

2.1 ความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ประกอบด้วย

2.1.1 ความคิดเห็นด้านปัจจัยภายใน ได้แก่ ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT ขั้นตอนการให้บริการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ และทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ

2.1.2 ความคิดเห็นด้านปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ (ปริมาณหรือมูลค่าการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และสถาบันการเงินที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

2.2 ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการในด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ และอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ธุรกิจต่างประเทศ หมายถึง การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และบริการโอนเงินควมระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

ลูกค้า หมายถึง บุคคลธรรมดา เกษตรกร หรือนิติบุคคลที่ใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ 2 ด้าน คือ ด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และด้านการโอนเงินค่านระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union ของ ธ.ก.ส.

พนักงาน หมายถึง ลูกจ้างตามกฎหมายแรงงาน ซึ่งได้รับการว่าจ้างให้ทำงานกับ ธ.ก.ส. โดยได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งและปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายในส่วนของการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคาร ของ ธ.ก.ส.

บริการ โอนเงินค่านระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union หมายถึง การรับและส่งเงินระหว่างประเทศจากลูกค้า ผ่านเครือข่ายของ Western Union ของ ธ.ก.ส.

การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service) หมายถึง การรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจากลูกค้า ธ.ก.ส.

รายได้ของรายการรับและรายการส่ง หมายถึง รายได้เป็นรายธุรกรรมที่ทางบริษัท Western Union จัดสรรให้ตามข้อตกลงให้กับ ธ.ก.ส.

ความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของพนักงานการเงินที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายใน หมายถึง สิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ซึ่งเกิดขึ้นภายในกิจการเอง เป็นสิ่งที่กิจการสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ ความเพียงพอหรือความพร้อมของอุปกรณ์ IT ขั้นตอนการให้บริการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ

ปัจจัยภายนอก หมายถึง สิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ โดยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หน่วยงานภายนอกที่ให้บริการเหมือนกัน ประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สถาบันการเงินที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ หมายถึง ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการในด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ และทักษะที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ

ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT หมายถึง ความพร้อมของระบบสารสนเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ความรวดเร็วของระบบ INTERNET และความเพียงพอของอุปกรณ์ IT

ขั้นตอนการให้บริการ หมายถึง ระเบียบวิธีปฏิบัติในด้านเอกสาร ระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ ในการซื้อ-ขายเงินตราต่างประเทศ และการโอนเงินผ่านระบบ Western Union

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ หมายถึง การรับรู้ถึงการมีบริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ หมายถึง การจัดสถานที่การให้บริการ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ที่ตั้งของสถานที่มีความน่าสนใจ

สภาพเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพความเป็นจริงในปัจจุบันเกี่ยวกับระบบการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งมีผลต่อปริมาณหรือมูลค่าการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่งที่คิดเทียบอยู่ในหน่วยของเงินบาทไทย ในที่นี้หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของ ธ.ก.ส.

สถาบันการเงินที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ หมายถึง การดำเนินธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของสถาบันการเงินอื่นที่มีผลต่อการบริการธุรกิจต่างประเทศ เช่น ความเชื่อถือ การประชาสัมพันธ์ ทำเลที่ตั้ง เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบใจ หรือพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ต่อการบริการในด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ และด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ตลาดมืด หมายถึง สถานที่ที่รับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ นอกกรอบสถาบันการเงิน ทั้งถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย

บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้ทบทวนเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวคิด และใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดการบริการ
2. บริการธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส.
3. แนวทางการดำเนินธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส.
4. แผนการดำเนินงานปีบัญชี 2551 – 2555 ของ ธ.ก.ส.
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิดการบริการ

ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2525 (ทวีศักดิ์ ญาณประทีป, 2531: 158) ได้ให้ข้อจำกัดความของคำว่า การบริการหมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น การบริการ ผู้ใช้บริการ เป็นต้น

สมชาติ กิจขรรจง (2544: 42) กล่าวว่า การบริการนั้นเป็นกระบวนการของการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้การบริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถที่จะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

สุมนา อยู่โพธิ์ (2536: 3) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ บริการหมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้าตัวอย่างเช่น โรงงานอุตสาหกรรมได้ผลิตอุปกรณ์ชิ้นมาขึ้นหนึ่งถ่วงขายผ่านผู้ค้าปลีกในแง่ของการบริการที่จะต้องเกี่ยวกับวิธีการขายอุปกรณ์ชิ้นนั้น ได้แก่ การติดตั้ง การซ่อม การให้เช่า การฝึกอบรมคนให้รู้จักวิธีใช้ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการขายต่อ เป็นต้น

กฤษฎี อุทัยรัตน์ (2542: 28) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง ผลผลิตของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกันและกันระหว่างผู้ส่งมอบกับลูกค้า และโดยกิจกรรมภายในของผู้ส่งมอบเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า

จิตตินันท์ เคชะคุปต์ และคณะ (2542: 6-7) ได้กล่าวถึงนักวิชาการด้านการตลาดหลายท่านได้แสดงความหมายของการบริการในแง่มุมที่เน้นลักษณะของ “การบริการเชิงพาณิชย์” หรือการบริการที่มุ่งหวังผลกำไรในธุรกิจบริการ ดังนี้

จากความหมายที่กล่าวนี้ การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค ลูกค้า ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของบริการ พนักงานบริการ ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ

วีระพงษ์ เถลิณจิระรัตน์ (2545: 7) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง สิ่งที่จับต้องการสัมผัสได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญหายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นจากบริการและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

สมชาติ กิจบรรยง (2536: 43 – 44, อ้างใน จิตตินันท์ เคชะคุปต์ และคณะ, 2542: 7) ได้กล่าวว่า การบริการ เป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปลี่ยนไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวก รวดเร็วให้เป็นธรรมชาติและความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดีเมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ เกิดความชื่นใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์การที่สนองตอบความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับสิ่งที่มุ่งหวังเอาไว้ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำอย่างสูงสุด

ความสำคัญของการบริการ

ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้ (จิตตินันท์ เคชะคุปต์ และคณะ, 2542: 9)

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลา

ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการงานอาชีพทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไป ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเห็นขณะนี้มีอยู่มากในรูปแบบของการจัดการบริการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเสมอ ผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญาและจิตใจผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภทและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกัน พร้อมกันนี้ยังช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการก็จะเกิดผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุขทั้งนี้การให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยากอำนวยความสะดวกสบายและตอบสนองที่ผู้ใช้บริการต้องการ ได้อย่างแท้จริง

2. ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้นเพื่อการดำเนินการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการกล่าวคือ

2.1.1 ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ การบริการที่ดีจะต้องเป็นตัวสร้างผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ได้ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งได้ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคซึ่งก็คือ ผลกำไร ที่ตามมานั่นเอง

2.1.2 ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจในทุกประเภทการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายไม่ว่าบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือไม่ก็ตามเริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการและการเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ซื้อหรือลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้าซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าคิดใจและเกิดการพูดกันต่อ ๆ ไปในกลุ่มลูกค้า (Words of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2.1.3 ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ ธุรกิจใดคำนึงถึงความสำคัญของการบริการและส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความ

พึงพอใจเมื่อลูกค้าแน่ใจว่าสินค้าหรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อ มีการบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการอื่น ๆ การตกลงใจซื้อขายจะกระทำได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าจะมีการซื้อซ้ำหรือซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ถึงเลวรวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้อีกด้วย

2.1.4 ช่วยรักษานักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานพบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมากกล่าวคือ การให้บริการที่ดีช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานในอัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพอใจไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำงานที่อื่นแต่ในทางกลับกันธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดีลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลวและส่งผลให้พนักงานไม่พอใจจนกระทั่งลาออกได้ จะเห็นได้ว่า การบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษานักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นนาน ๆ หรือในทำนองเดียวกันพนักงานก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่มีคุณภาพ การประกอบธุรกิจบริการดังกล่าวจึงประสบความสำเร็จ

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจบริการต่าง ๆ มากมาย โดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของผู้บริโภคซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดี กล่าวคือ

2.2.1 ช่วยให้มีอาชีพและรายได้ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานได้ งานบริการเป็นอาชีพที่สุจริตที่ทำให้รายได้ดีพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการและความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

2.2.2 ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย โดยทั่วไปลูกค้ามักมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิต หรือประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าต่าง ๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่าง ๆ ที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบประกอบกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการจะขายสินค้าหรือบริการทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้า

การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมากทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคและการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลาย ผู้บริโภคทุกวันนี้จำเป็นต้องพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ มากมายในการจัดการวิถีชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติสุข การแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกในตลาดการค้าเสรีทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างจริงจังจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด

จากที่กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า ความสำคัญในการให้บริการนับว่าเป็นหัวใจของธุรกิจยุคใหม่ซึ่งผู้เกี่ยวข้องกับการบริการจำเป็นที่จะต้องศึกษาและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานบริการอย่างจริงจัง ทั้งนี้การบริการมีความสำคัญต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งในฐานะของผู้รับบริการ กล่าวคือการบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับคุณภาพชีวิตที่ดีในการดำเนินชีวิตอย่างปกติสุข นอกจากนี้การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการในการสร้างผลกำไรและภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการรวมทั้งทำให้ปฏิบัติงานบริการมีประสิทธิภาพและมีรายได้และสามารถสร้างโอกาสในการเผชิญหน้าคิดต่อกับลูกค้า

บริการธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส.

ในปัจจุบัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินทุนแก่เกษตรกร สหกรณ์การเกษตร และกลุ่มเกษตรกร ตั้งแต่ พ.ศ. 2509 จนถึงปัจจุบันรวม 43 ปี ด้วยสถานะในปัจจุบันประเทศไทยมีการแข่งขันทางการค้ากับต่างประเทศโดยประเทศไทยมีสินค้าทางการเกษตรเป็นสินค้าหลักในการส่งออกทำให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรต้องเพิ่มเติมการให้บริการให้กับลูกค้าที่เป็นเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร และกลุ่มเกษตรกร ที่ต้องการการส่งออกสินค้าทางการเกษตรไปสู่ต่างประเทศ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และเนื่องจากในปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีลูกค้าเกษตรกรที่กู้ยืมเงินเพื่อไปทำงานในต่างประเทศต้องส่งเงินมาเพื่อชำระหนี้ที่กู้ไปและส่งเงินมาให้กับครอบครัว ดังนั้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกกับลูกค้า ของธนาคารและเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติฉบับแก้ไข ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้เปิดการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในขั้นแรก 2 ประเภทคือ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service) และ บริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550: 45)

บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service)

ลักษณะบริการ

1. ด้านรับซื้อ เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบริษัทห้างร้านต่าง ๆ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนที่เดินทางกลับจากต่างประเทศที่ต้องการแลกเปลี่ยนเงินบาทเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายหรือชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ภายในประเทศ
2. ด้านขาย เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทางไปต่างประเทศเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการในต่างประเทศ

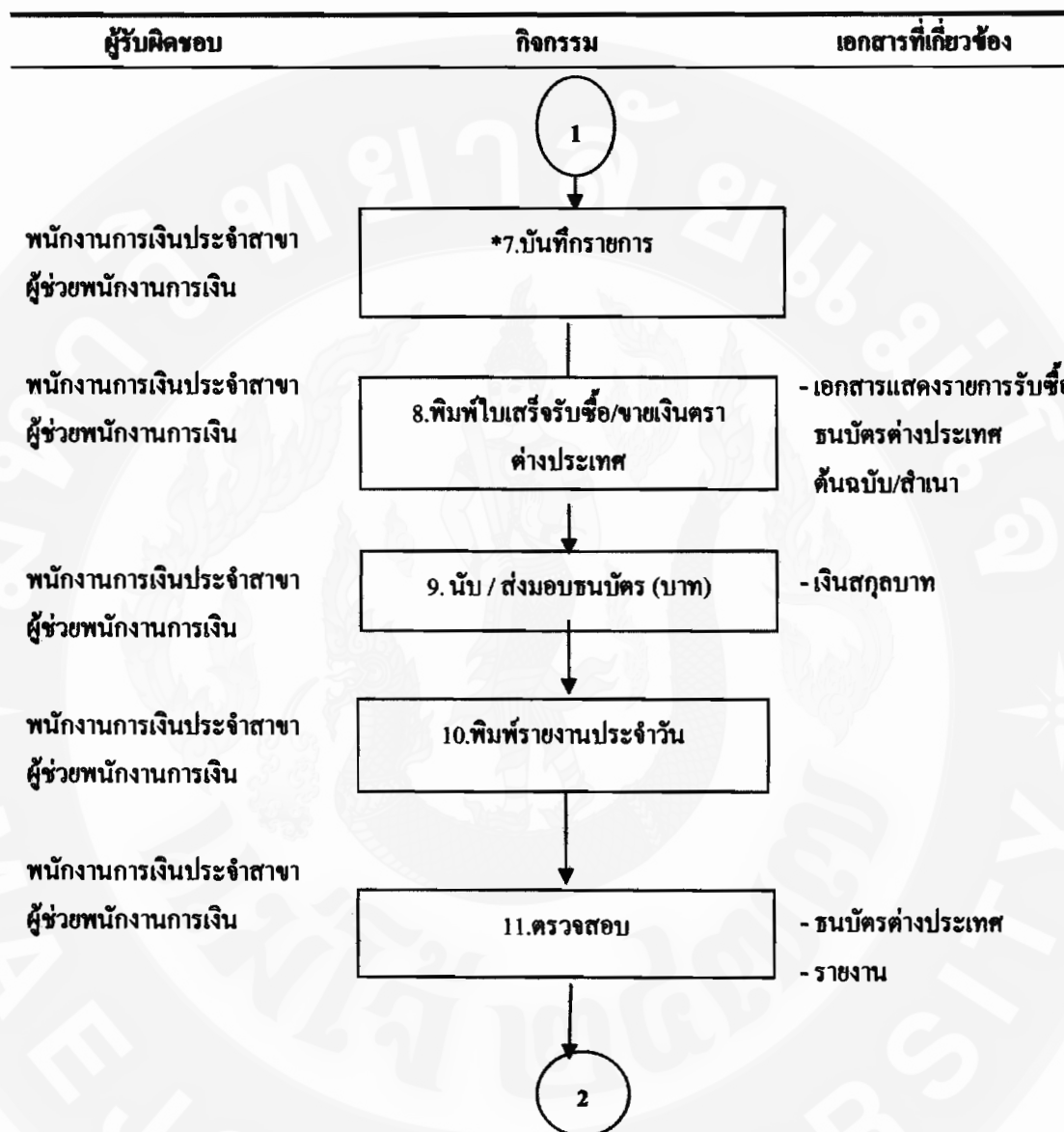
ขั้นตอนการให้บริการด้านรับซื้อ

มีรายละเอียดขั้นตอนตามตาราง 4

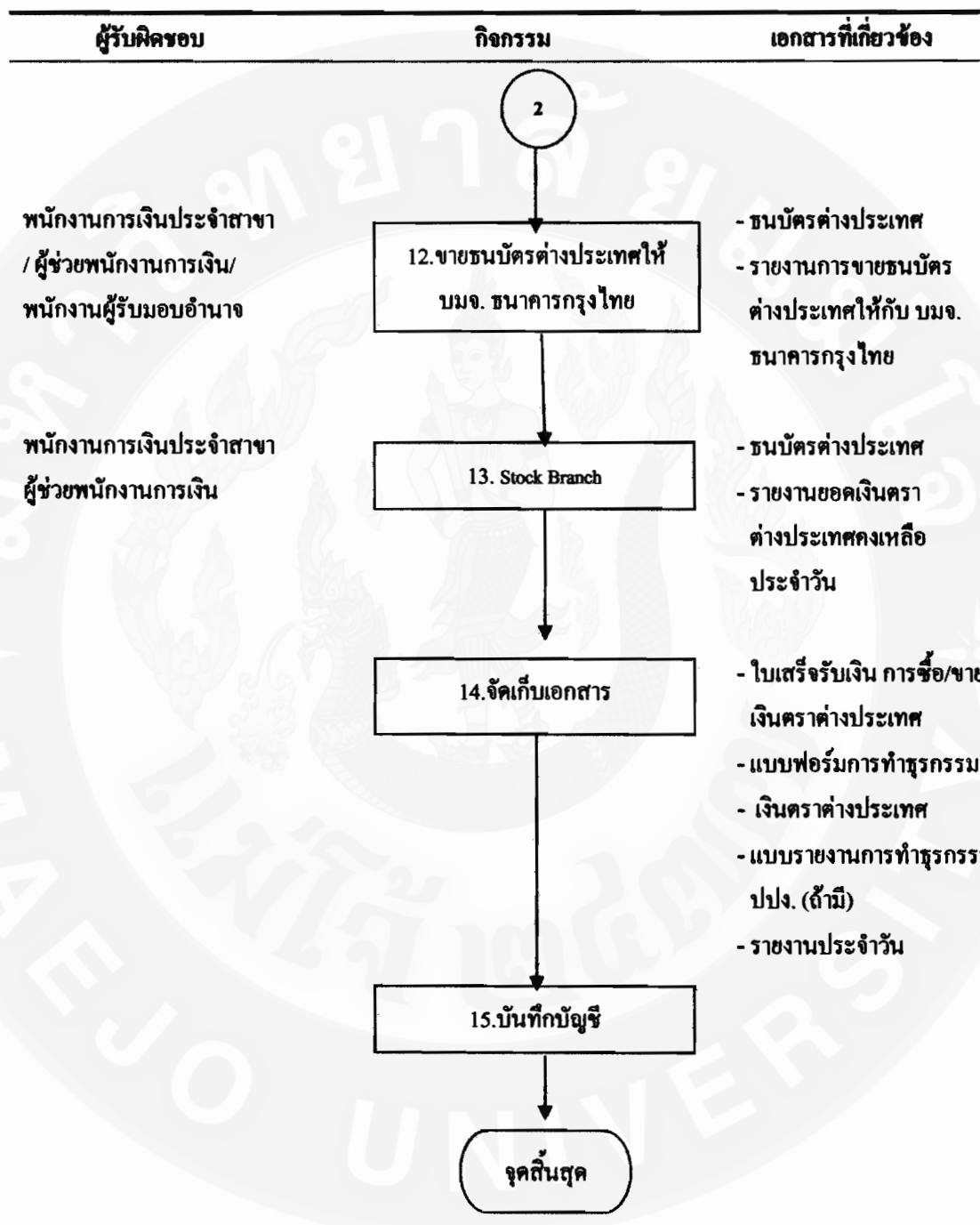
ตาราง 4 ขั้นตอนการให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้านรับซื้อ

ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรม	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
	จุดเริ่มต้น	
กองธุรกิจการเงิน สำนักการธนาคาร	1.รับ/แจ้งอัตราแลกเปลี่ยน	
พนักงานผู้รับมอบหมาย	2. Update อัตราแลกเปลี่ยน	- รายงานอัตราแลกเปลี่ยน
พนักงานการเงินประจำสาขา ผู้ช่วยพนักงานการเงิน	3.เบิกเงิน (สกุลบาท)	
ลูกค้า	4.ลูกค้าแจ้งความประสงค์	
พนักงานการเงินประจำสาขา ผู้ช่วยพนักงานการเงิน	5. รับธนบัตร นับจำนวนธนบัตร/ ยื่นยื่นขอคลูกค้า	- ธนบัตรต่างประเทศ
	6. ตรวจสอบธนบัตร	- ธนบัตรต่างประเทศ
พนักงานการเงินประจำสาขา ผู้ช่วยพนักงานการเงิน		- แบบฟอร์มการทำธุรกรรม เงินตราต่างประเทศ (ถ้ามี)
	1	

ตาราง 4 (ต่อ)



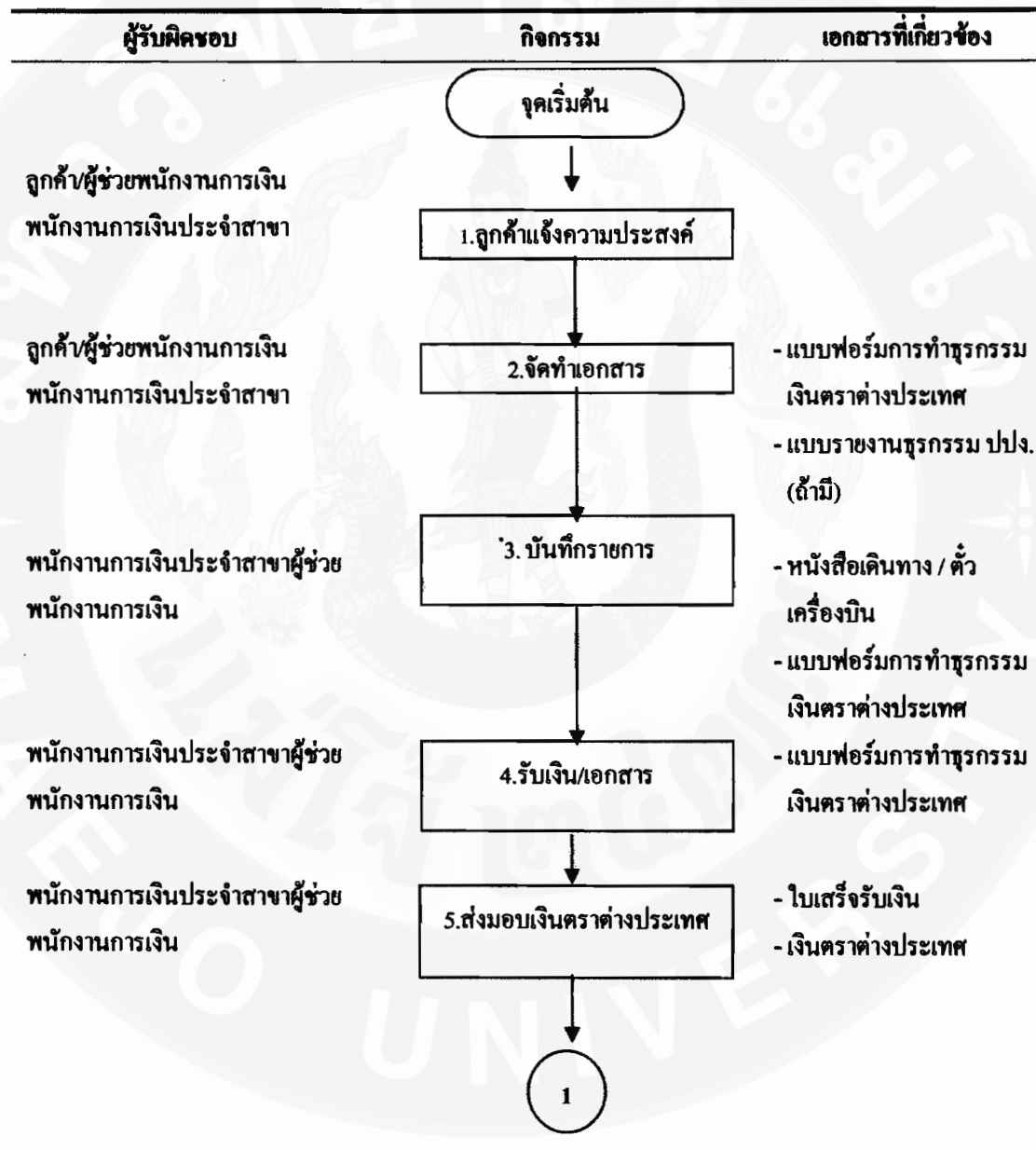
ตาราง 4 (ต่อ)



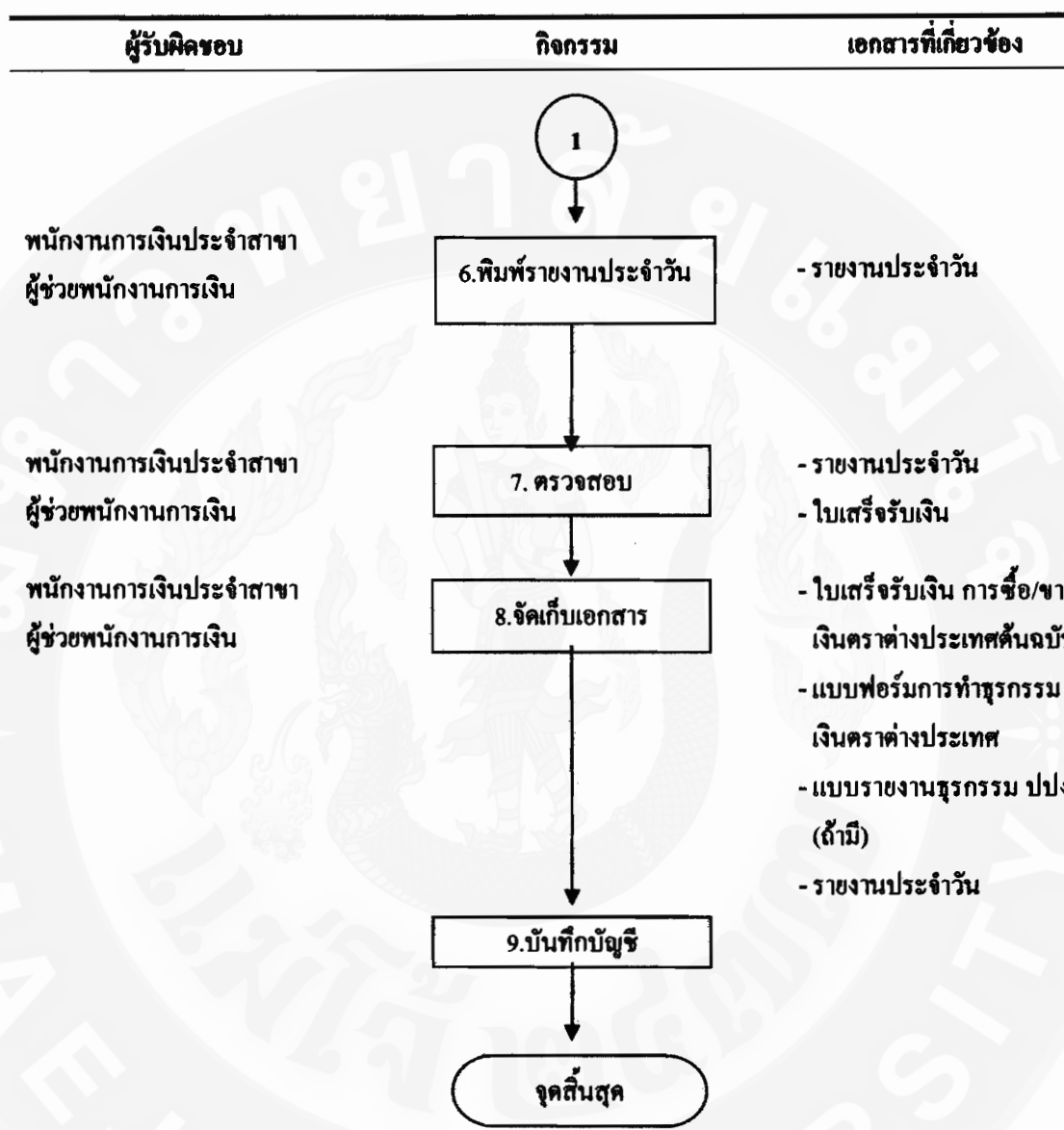
ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550: 46 - 50)

ขั้นตอนการให้บริการด้านรับขาย
มีรายละเอียดขั้นตอนตามตาราง 5

ตาราง 5 ขั้นตอนการให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้านรับขาย



ตาราง 5 (ต่อ)



ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550: 53 - 56)

ตาราง 6 ข้อดีและข้อเสียในการร่วมทำธุรกิจกับธนาคารกรุงไทย

ข้อดี	ข้อเสีย
1. สามารถทำธุรกรรมด้านตราสารต่างประเทศได้ทันที ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น	ต้องผูกขาดการซื้อขาย กับธนาคารกรุงไทยเท่านั้น
2. ลดต้นทุนในการขนส่งเงินตราต่างประเทศเพราะสามารถส่งให้กับสาขาของกรุงไทยที่อยู่ใกล้ ๆ ได้	
3. ได้รับกำไรจากส่วนต่างจากอัตราขายต่อมากกว่าที่ได้รับจากธนาคารอื่น (เมื่อนำต้นทุนค่าขนส่งเงินมาพิจารณาด้วย)	
4. ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรมบุคลากร และระบบฯ อย่างละเอียด	
5. ได้ธนาคารที่เลี้ยงช่วยแนะนำแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ระบบบัญชี ระบบ IT การขอศึกษา ดูงาน เป็นต้น	

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550: 89)

บริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union

ลักษณะบริการ

เป็นบริการ โอนเงินที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลก ให้บริการรับส่งเงินด่วนผ่านระบบคอมพิวเตอร์อัตโนมัติของ Western Union เพื่อให้ลูกค้ารับ-ส่งเงินได้ภายในไม่กี่นาที ด้วยขั้นตอนง่ายไม่จำเป็นต้องมีเงินฝากกับธนาคาร

จุดเด่นของบริการ

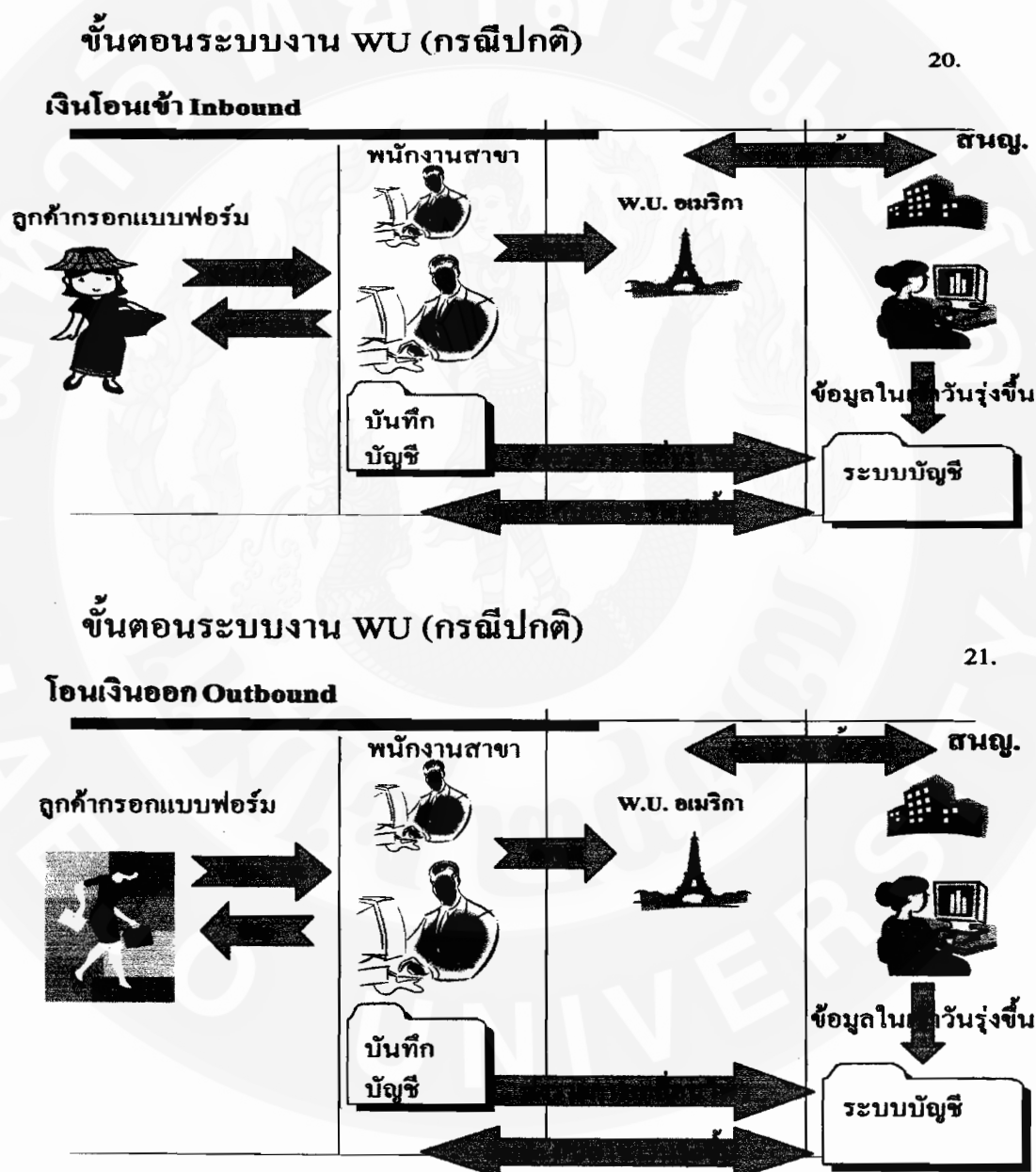
1. ผู้รับสามารถรับเงินได้อย่างรวดเร็ว ภายใน 15 นาที หลังจากผู้ส่งเงินได้แจ้งว่าส่งเงินผ่านระบบ Western Union
2. ผู้รับเงินไม่ต้องเปิดบัญชีไว้กับธนาคารเพียงแต่ใช้หนังสือเดินทางหรือเอกสารที่ทางราชการออกให้ประกอบการรับเงิน
3. สามารถใช้บริการที่สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินทั่วประเทศ ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุด

ขั้นตอนการให้บริการ โอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union

มีลักษณะการให้บริการ 2 กรณี คือ กรณีปกติ และ กรณี FAX

ขั้นตอนการให้บริการ โอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union (กรณีปกติ)

(ตามภาพ 1)



ภาพ 1 ขั้นตอนการให้บริการ โอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union (กรณีปกติ)

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550: 44)

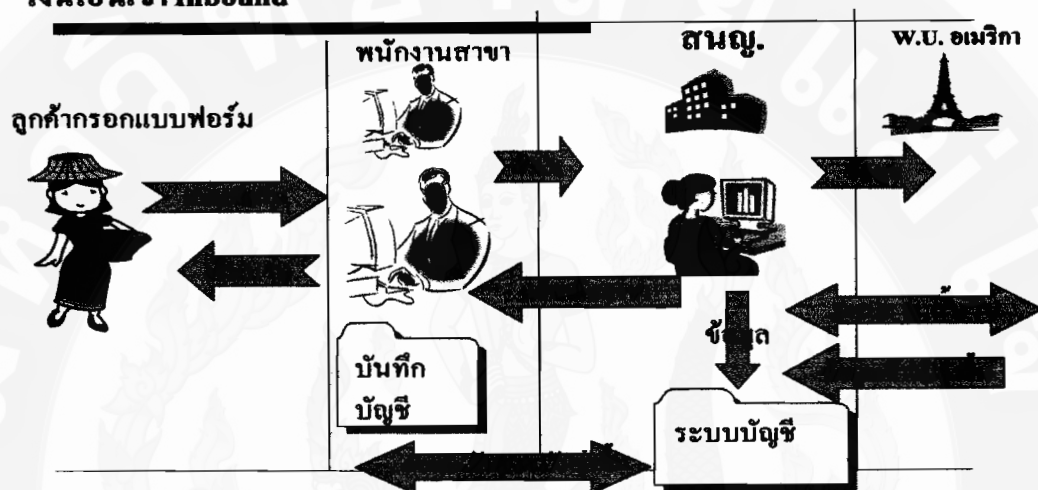
ขั้นตอนการให้บริการ โอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union (กรณี FAX)

(ตามภาพ 2)

ขั้นตอนระบบงาน WU (กรณี FAX)

22.

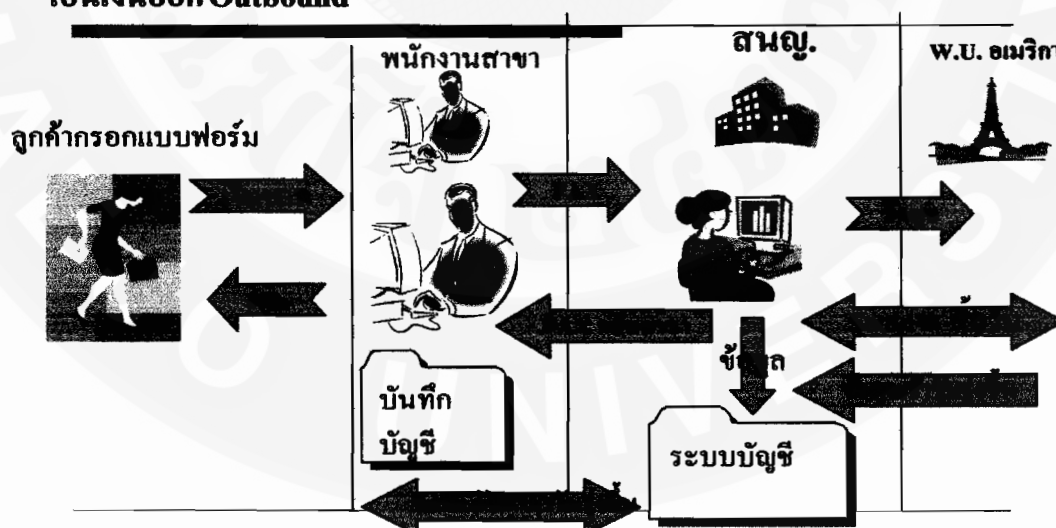
เงินโอนเข้า Inbound



ขั้นตอนระบบงาน WU (กรณี FAX)

23.

โอนเงินออก Outbound



ภาพ 2 ขั้นตอนการให้บริการ โอนเงินต่างประเทศ ระบบ Western Union (กรณี FAX)

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2550: 46)

โดย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรคาดว่าจะการดำเนินการบริการ ธุรกิจต่างประเทศจะก่อประโยชน์ ดังนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550: 48)

1. อำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของลูกค้า และประชาชนทั่วไป ในการใช้บริการโอนเงินต่างประเทศ และแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ในพื้นที่ใกล้บ้านทั่วประเทศ
2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้รับประโยชน์จากการดำเนินการ คือการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจกับสถาบันการเงินอื่น ๆ และเป็นการเพิ่มรายได้เพื่อเสริมสร้างสถานะความมั่นคง ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของการดำเนินงานสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้ใช้ความพร้อมของทรัพยากรบุคคล และเครือข่ายการดำเนินงาน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กล่าวคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีสาขาและหน่วยอำเภอ ตลอดจนพนักงานที่พร้อมในการปฏิบัติงานในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

แนวทางการดำเนินธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส.

แนวทางการดำเนินธุรกิจต่างประเทศของ ธ.ก.ส. มีรายละเอียด ดังนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550: 8 – 11) ตาม พ.ร.บ. ธ.ก.ส. ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2549 มาตรา 10 (16/1) ธ.ก.ส. สามารถประกอบธุรกิจเงินตราต่างประเทศเพื่อขยายช่องทางการทำรายได้ และบริการรองรับลูกค้าของธนาคารมากขึ้น สำนักการธนาคารซึ่งเป็นส่วนงานที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการ จึงได้แบ่งงานด้านธุรกิจต่างประเทศออกเป็นสามส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราและตราสารต่างประเทศ ส่วนที่สอง คือ ธุรกิจเงินโอนต่างประเทศ ส่วนสุดท้าย คือ ธุรกิจการค้าต่างประเทศ ในขั้นต้นจะเริ่มดำเนินการเฉพาะส่วนที่หนึ่งก่อน โดยเริ่มจากการรับซื้อเงินตราต่างประเทศ ขายเงินตราต่างประเทศ รับซื้อตราสารต่างประเทศ และขายตราสารต่างประเทศ ตามลำดับ และเมื่อธนาคารติดตั้งระบบสวิตช์ และเปิดบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศแล้วจะดำเนินการในส่วนที่เหลือต่อไป

การดำเนินการธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ในปีบัญชี 2549 กำหนดดำเนินการ 10 จุดให้บริการ คือ บริเวณกรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต เกาะสมุย และ หาดใหญ่ โดยใช้เคาน์เตอร์ของสาขาเป็นจุดให้บริการก่อนและจะขยายเป็นการให้บริการนอกเวลาทำการและการตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินตราฯ (บูธ) ต่อไปในอนาคต ระยะแรกสรรหาพนักงานที่มี

ประสบการณ์เพื่อปฏิบัติงานประจำสำนักงานใหญ่ และจุลให้บริการ โดยปฏิบัติงานด้านแลกเปลี่ยนเงินตรา และสอนทักษะให้กับพนักงานสาขาจนกว่าจะสามารถดำเนินการได้เองเป็นงานหลักและช่วยปฏิบัติงานประจำวันสาขาเป็นงานรอง ส่วนสกุลเงินที่รับซื้อขายมี 10 สกุลคือ USD, EUR, GBP, MYR, JPY, HKD, SGD, CNY, AUD, NZD ทั้งนี้ คณะกรรมการพัฒนารัฐกิจต่างประเทศเห็นควรพิจารณาถึง ความร่วมมือกับธนาคารกรุงไทยเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ เช่น การฝึกอบรมพนักงาน การซื้อ/ขายเงินตราต่างประเทศเพื่อลดค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงในการขนส่งเงินฯ การรับเช็คเดินทางเพื่อเรียกเก็บแทน ร.ก.ส. ฯลฯ และควรจัดหาบริษัทพัฒนาโปรแกรมที่มีประสบการณ์จากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยการทำงานเนื่องจากเห็นว่าคุ้มค่าและรวดเร็วกว่าการพัฒนาเอง

นอกจากธุรกิจต่างประเทศที่ดำเนินการข้างต้นแล้ว ยังมี ธุรกิจที่น่าสนใจอีก คือ การเป็นตัวแทนบริษัทโอนเงินด่วน (โอนลอย) Western Union เพราะจากการสืบหาข้อมูลพบว่า ในแต่ละปีมีจำนวนธุรกรรมหลายแสนรายการหมุนเวียนอยู่ในระบบ จากการวิเคราะห์พบว่า ร.ก.ส. ยังมีโอกาสสร้างรายได้จากธุรกิจนี้

แผนการดำเนินงานปีบัญชี 2551 – 2555 ของร.ก.ส.

แผนการดำเนินงานปีบัญชี 2551 – 2555 ของ ร.ก.ส. มีรายละเอียด ดังนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550: 15) พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ไว้เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2509 โดยรัฐบาลในขณะนั้นได้กำหนดเหตุผลในการจัดตั้ง ร.ก.ส. คือ “ในการส่งเสริมพัฒนาการเกษตรของประเทศจำเป็นต้องจัดให้ความช่วยเหลือทางการเงินอันเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง เพื่อเกษตรกรสามารถเพิ่มผลผลิตและรายได้การเกษตร การให้ความช่วยเหลือเช่นนั้น ควรจัดขยายออกไปอย่างกว้างขวาง ทั้งในด้านเกษตรกรโดยตรงและในด้านกลุ่มเกษตรกรกับสหกรณ์การเกษตร การดำเนินงานให้ความช่วยเหลือทางการเงินในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ ควรอยู่ภายใต้การควบคุมเป็นระบบเดียวกัน เพื่อให้ได้ผลมั่นคงและสะดวกในการจัดหาเงินทุนเพิ่มเติม” ทั้งนี้ ร.ก.ส. ได้เริ่มเปิดดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2509 เป็นต้นมา

ร.ก.ส. มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง และได้รับความเห็นชอบ จากรัฐสภาให้แก่ไขพระราชบัญญัติ ร.ก.ส. ทำให้สามารถขยายบทบาทจากการเป็นสถาบันการเงินที่ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ภาคเกษตรและด้านอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาชนบท

โดยได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมในวัตถุประสงค์ ในข้อ (18) ให้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ประกอบธุรกิจเงินตราต่างประเทศตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ผลผลิตการเกษตรผ่านห่วงโซ่อุปทานโดยความร่วมมือในระดับเครือข่าย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2550: 16 - 23)

1. เพื่อขยายโอกาสและเพิ่มช่องทางการตลาดให้เกษตรกรลูกค้า
2. เพื่อเชื่อมโยงการผลิตการตลาด และเป็นทางเลือกที่ยุติธรรมในการขาย ผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกร

3. เพื่อสร้างความร่วมมือในการดำเนินงานตามโครงการจากส่วนงานภายในและภายนอกธนาคารทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับลูกค้า

ธ.ก.ส. ให้ความสำคัญกับการตลาดให้เกษตรกรลูกค้า โดยได้มีการเปิดให้บริการ ธุรกิจต่างประเทศเพื่อให้ลูกค้าเกษตรกรมีทางเลือกในการขยายตลาด ไปสู่ต่างประเทศ ทั้งอำนวยความสะดวกในการโอนเงินระหว่างประเทศ ธ.ก.ส. ยังให้การสนับสนุนในธุรกิจใหม่ ๆ กับเกษตรกร เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนแนวทางการท่องเที่ยวแนวใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้เกิดการเปิดจุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในพื้นที่ของสาขาของ ธ.ก.ส. เพิ่มความสะดวกในการทำธุรกิจของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.

แผนธุรกิจปี 2552 ของสำนักการธนาคาร ประกอบด้วย แผนพัฒนาระบบงานเพื่อสนับสนุนการให้บริการ ได้แก่ แผนพัฒนาระบบงานเรียกเก็บเงินตามตราสารทางการเงิน แผนพัฒนาระบบงานกำหนดวงเงินสำรองประจำวัน และการบริหารจัดการธนบัตรของสาขา แผนพัฒนาระบบการให้บริการโอนเงินรายย่อยที่เคาน์เตอร์ (Online Retail Fund Transfer) รวมถึงแผนพัฒนาระบบโอนเงินระหว่างธนาคารตามแผนแม่บทของระบบกลาง ITMX (Interbank Transaction Management Exchange) แผนพัฒนางานธุรกิจต่างประเทศทั้งการขยายสาขาบริการ Western Union ในระบบ on-line ขยายธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพิ่มธุรกิจโอนเงินต่างประเทศทาง Internet รวมถึงการพัฒนาระบบงานด้านการค้าต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการศึกษาระบบงาน SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วรูม (Vroom, 1964: 264) กล่าวว่า ทักษะและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น

ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง ซึ่งบางทีเรียกว่า ทฤษฎี V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบทฤษฎีที่สำคัญดังนี้คือ

V มาจากคำว่า “valence” ซึ่งหมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า “Instrumentality” ซึ่งหมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีการนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า “Expectancy” ซึ่งหมายถึง ความคาดหวังภายใต้บุคคลนั้น ๆ บุคคลมีความต้องการและความหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ด้งความหวัง หรือที่คาดหวังเอาไว้แล้วนั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ ความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับบริการพบว่า เรื่องที่ประชาชนไม่พอ-ใจมากที่สุดคือ ความสะดวกในการรับบริการและค่าใช้จ่ายในการรับบริการ และพบว่าจะเข้าถึงความพึงพอใจของประชาชนนั้นมี 2 ประการ คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวก (convenience) ที่ได้รับจากสถานบริการซึ่งแยกออกเป็น

- 1.1. การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ
- 1.2. การได้รับรักษาดูแลเมื่อมีความต้องการ
- 1.3. ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานที่ราชการ

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงาน (coordination) ของการบริการซึ่งแยกออกเป็น

- 2.1. การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่เดียว
- 2.2. มีผู้สนใจดูแลทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต
- 2.3. ความพึงพอใจต่ออัยยาศัยและสนใจของผู้ให้บริการ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุข ความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

เชลลี (Shelly, 1975: 12 - 17) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่

แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับ ทำให้เกิดความรู้สึกสลับซับซ้อน และความรู้สึกนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

หลุยส์ จาปาเทศ (2533: 114) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สัมผัสได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก ความต้องการพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสำหรับลูกค้ามีดังต่อไปนี้

1. ลูกค้ามักจะชอบหรืออยากได้ของฟรี ของแถม ราคาถูก จำนวนมาก และมีคุณภาพดี
2. ลูกค้าจะซื้อ หรือมักจะมีความต้องการตามกัน เข้าตำราซื้อตามผู้นำ
3. ลูกค้ามักจะอยากจะได้ลัทธิคนอื่น
4. ลูกค้าต้องการความสะดวกสบายในการได้รับการบริการ ได้นั่งสบายไม่ต้องออกแรง
5. ลูกค้ามักจะชอบขั้นตอนการบริการที่ไม่ยุ่งยาก
6. ลูกค้าต้องการการต้อนรับ การบริการ ที่มีไมตรีจิต จริงใจ และได้รับเกียรติ
7. ลูกค้าต้องการให้จำชื่อหรือรายละเอียด ประวัติสินค้า หรือรายละเอียดเดิมของเขาได้
8. ลูกค้าต้องการได้รับการบริการที่ดีกว่า หรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าคนอื่น ๆ
9. ลูกค้าชอบที่จะได้พบเห็นหรืออยู่ในบรรยากาศที่สะอาด สว่าง สงบ ปลอดภัย และเป็นระเบียบ
10. ลูกค้าต้องการข่าวสารข้อมูลที่ดี ที่เข้าใจง่ายและทันเวลา
11. ลูกค้าต้องการได้ซักถาม ได้แสดงความคิดเห็นของคนหรือได้มีโอกาสระบายความอัดอั้นของตน

การเสริมสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ

การปฏิบัติงานบริการ พนักงานและผู้บริหารงานบริการ ต้องเสริมสร้างความต่อเนื่อง หรือสร้างความประทับใจด้วยการให้บริการ ด้วยการติดตามผลงานบริการจากผู้ใช้บริการ (หลุยส์ จาปาเทศ, 2533: 115 - 117) คือ

1. รับฟังความต้องการหรือปัญหาจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
2. ทำงานอย่างมีชีวิตและจิตใจ ใส่ความกระตือรือร้นในงาน
3. เตรียมคำตอบไว้ล่วงหน้า โดยสมมติคำถามจากผู้ใช้บริการ
4. มุ่งการปฏิบัติงานบริการเป็นสำคัญ

5. บริการผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างใกล้ชิด
6. ใช้แนวทางบริการที่เข้าถึงงานหรือเข้าถึงคน และสัมพันธ์กับงานอย่างใกล้ชิด
7. ตั้งใจฟังคำพูดของผู้ใช้บริการเสมอ
8. ทบทวนข้อคิดเห็นต่าง ๆ จากผู้ใช้บริการ
9. บอกตนเองเสมอว่า “ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต้องประทับใจงานบริการของเรา”
10. หัวหน้าหรือผู้นำต้องสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่บริการ

สุวรรณ ลิขะเศรษฐกุล (2541: 18) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขทำให้เกิดความสุขทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกสามอย่างนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

จากแนวความคิดทฤษฎีในการสร้างความพึงพอใจจะเห็นว่าการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการนั้น เป็นหน้าที่สำคัญยิ่งของผู้ให้บริการ การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับสถาบันนั้นเกิดความน่าเชื่อถือศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ หรืออาจกล่าวได้ว่าการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้าผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการได้

ทฤษฎีแสวงหาความพอใจ (สมปอง จันทรี, 2540: 30-32) ทฤษฎีกล่าวว่าบุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก อาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภทคือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่า การแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทรรศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเนื่องมาจากการกระทำนั้น ๆ จะทำให้คนได้รับความพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จะทำให้เราทราบว่าควรพิจารณาถึงปัจจัยได้บ้างในการที่จะทำการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข และหาทางป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อลดความรู้สึกไม่พึงพอใจให้น้อยที่สุด และเพิ่มความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งเราสามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ คุณภาพการบริการ ราคา สถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และคุณภาพสินค้าที่ใช้ร่วมกับการบริการ (จิตตินันท์ เศรษฐปัด และคณะ, 2542: 25 – 29)

1. คุณภาพการบริการ (service quality) คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของลูกค้าขั้นพื้นฐานที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองให้ได้ ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการวัดคุณภาพการบริการลูกค้าจะวัดจากสิ่งที่มองเห็นได้ในการบริการ (tangibles) ความเชื่อถือได้ (reliability) การตอบสนอง (responsiveness) การรับประกัน (assurance) และ การเอาใจใส่ (empathy) ลูกค้ามักคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้องได้รับเท่ากับที่เขาคาดหวัง หากคุณภาพของบริการต่ำกว่าเกณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะมองหาบริการจากคู่แข่งของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาลูกครั้งต่อไป

2. ราคา (price) ราคาเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ลูกค้าใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพของบริการ ลูกค้าจะคาดหวังว่าเขาจะต้องได้รับคุณภาพเหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่เขาจ่ายไป หากเปรียบเทียบมูลค่าของการบริการที่เขาได้รับว่าเหมาะสมกับราคาของบริการก็จะส่งผลให้เกิดการยอมรับ แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่เขาคิดว่าเหมาะสมกับมูลค่าเงินที่เขาจ่าย โดยเฉพาะเมื่อมีบริการรูปแบบเดียวกันมาให้เปรียบเทียบ ก็จะกลายเป็นความไม่พึงพอใจ ดังนั้นการตั้งราคาจึงควรพิจารณาให้เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ความคาดหวังของลูกค้า และการแข่งขัน

3. สถานการณ์แวดล้อม (environment) ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่กระทบต่อผู้บริโภค ข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ การบอกต่อของลูกค้ารายอื่น ๆ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งล้วนส่งผลต่อความนึกคิดและความรู้สึกในการตัดสินใจของลูกค้าทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความเข้าใจต่อการบริการ และอารมณ์ของลูกค้าในขณะที่รับบริการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความลำเอียงในการประเมินคุณภาพการบริการและส่งผลให้ประเมินคุณภาพต่ำกว่าที่เป็นหรือรู้สึกรจริง ๆ

5. คุณภาพสินค้า (goods quality) สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้การบริการมีคุณภาพก็คือ สินค้าที่ใช้ควบคู่กับการบริการ การบริการที่มีคุณภาพและลูกค้าพึงพอใจมักจะใช้สินค้าที่ดีควบคู่ไปกับการให้บริการ เช่น ในร้านทำผมที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีในการให้บริการ ร้านอาหารที่เลือกใช้วัตถุดิบที่ดี หรืออยู่ซ่อมรถยนต์ที่เลือกใช้อะไหล่ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการบริการต้องการสินค้าที่มีมาตรฐานที่ดีจะใช้ควบคู่กัน ไม่มีลูกค้ารายใดที่ต้องการสินค้าคุณภาพต่ำในการบริการที่ตนเองจะได้รับ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องพิจารณาเลือกใช้แต่สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ไม่นำของเก่าหรือของหมดสภาพการนำมาให้กับลูกค้า เพราะถ้าลูกค้ารู้ ไม่เพียงแต่จะเกิดความไม่พึงพอใจแต่จะไม่กลับมาใช้อีกและยังบอกต่อถึงพฤติกรรมที่ไม่ดีของธุรกิจนั้น ๆ อีกด้วย

ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกิดจากประสบการณ์จากการใช้บริการแล้วประทับใจ เกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และตามสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจจะมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ มี 3 ประการดังนี้ (จิตตินันท์ เคะขุปต์ และคณะ, 2542: 42 – 44)

1. ผู้รับบริการ ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่ต่างกันไปในแต่ละคนรวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง เช่น คนที่เคยวางแผนโบราณ ในครั้งแรกย่อมต้องการการนวดที่ไม่แรงนัก แต่การนวดครั้งต่อไปต้องการความแรงมากขึ้น ลูกค้าไม่สามารถบอกได้ว่าต้องการแรงเพียงใด บอกได้กำลังดีหรือหนักไป นอกจากนี้อารมณ์หรือลักษณะเฉพาะของลูกค้าย่อมมีผลต่อความพึงพอใจของตนเอง หากลูกค้าอารมณ์ไม่ดี ไม่ว่าพนักงานในร้านอาหารจะให้บริการดีจนรับดีเพียงใด ลูกค้าย่อมบอกว่าการบริการยังไม่ประทับใจนัก หรือหากลูกค้ามีมาตรฐานในการได้รับบริการสูงมากมีความต้องการเฉพาะมากมาย เช่น ต้องการทรงผมเหมือนเมทินี กิ่งโพยม ทำไฮไลต์ให้สวยเหมือนคารา

ต่างประเทศ ให้ผมชาวพม่าประมาณ และให้มีหางเต่า โดยต้องขอยด้วยกรรไกรที่คมมากเท่านั้น ความประทับใจย่อมเกิดได้ยากกว่าลูกค้าที่มีความต้องการไม่มากนัก

2. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน สิ่งหนึ่งที่นักการตลาดต้องทำ การคัดเลือกพนักงานจะต้องทำอย่างรอบคอบต้องมีการวัดทัศนคติของผู้ให้บริการ ต้องศึกษาถึงสภาพครอบครัวต้องให้พนักงานทำงานเป็นทีมที่พร้อมจะช่วยเหลือกันตลอดเวลา ต้องสร้างความสามัคคี ต้องฝึกอบรมสร้างความมุ่งมั่นในการให้บริการให้เกิดในหัวใจ หรืออาจจะต้องลองให้พนักงานไปทดลองให้บริการของธุรกิจคู่แข่ง

3. สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่าง เช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก ลูกค้าที่มารับประทานอาหารกลางวันอย่างเอร็ดอร่อย แต่พอไปเข้าห้องน้ำพบว่าห้องน้ำสกปรกมาก หรือหากมองผ่านและมองที่พื้นเห็นครวเป็นน้ำครำ ก็ย่อมสร้างความไม่ประทับใจได้ทันทีอาจจะถึงขั้นไม่มาใช้บริการอีกต่อไป อากาศร้อนหรือหนาวเกินไปย่อมทำให้ลูกค้าที่นั่งอยู่ในโรงภาพยนตร์ไม่สบายตัวได้ ในที่สุดย่อมมีผลต่อความพึงพอใจความพอใจก่อนและหลังการใช้บริการของลูกค้าแบ่งได้เป็น 2 ช่วง ได้แก่

ความพอใจก่อนใช้บริการ ก่อนใช้บริการลูกค้าจะประเมินความน่าใช้บริการหรือคุณภาพของการบริการจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นตราบริการ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การบอกต่อจากเพื่อน รวมทั้งการตกแต่งสถานที่ให้บริการ และการแต่งกายของพนักงาน หากลูกค้าพอใจกับราคาที่จะจ่ายแล้ว ย่อมหมายความว่าลูกค้ามีความพอใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจดังกล่าวจนทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ

ความพึงพอใจหลังใช้บริการ เป็นความรู้สึกในภาพรวมของลูกค้าที่มีต่อพนักงาน และธุรกิจที่ให้บริการ ความพอใจในช่วงนี้เกิดจากคุณภาพของการบริการที่ได้รับอรรถาธิษฐานที่ดีของพนักงาน ความพอใจหลังใช้บริการจึงเป็นความพอใจที่สะสมมาตั้งแต่การเริ่มต้นใช้บริการจนถึงการใช้บริการเสร็จ อย่างไรก็ตามความพอใจในช่วงหลังใช้บริการต้องสูงกว่าความพอใจก่อนที่จะใช้บริการ

ยิ่งไปกว่านั้น ความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลมาจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยแถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันสุรย์ย่อมสร้างความไม่พอใจใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการ หากธนาคารใดไม่มีการปรับปรุงเรื่องการลดอิทธิพลจากผลกระทบของจำนวนลูกค้าที่มีมากจนเกิดความไม่น่ามาใช้บริการย่อมมีผลต่อความไม่พอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉพาะลูกค้าประจำ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ว่ามีรูปแบบต่าง ๆ ที่นำไปสู่ความพึงพอใจได้ 8

ทิศทาง

1. มีศิลปะของการดูแล
2. มีสมรรถภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน
3. มีการให้ความสะดวกสบาย
4. มีสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ ให้การดูแลที่ดี
5. ไม่มีปัญหาการเงิน ซึ่งก็เป็นความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการบริการ
6. มีความสามารถและความพร้อมของผู้ให้บริการ
7. มีความต่อเนื่องในการให้บริการ ให้ความสม่ำเสมอในการให้บริการ
8. มีประสิทธิภาพและมีผลลัพธ์ของการให้บริการที่ดี ซึ่งหมายถึง คุณภาพของ

การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการเพื่อความพึงพอใจในการบริการ สามารถสรุปได้เป็น 5 ประเภทคือ

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ (availability) คือความเพียงพอระหว่างการบริการที่มีอยู่กับการต้องการของผู้ใช้บริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการ (accessibility) คือ ความสามารถที่จะใช้แหล่งบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยคำนึงถึงระยะที่ตั้งของสถานบริการ และการเดินทางของผู้ใช้บริการ
3. ความสามารถและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกของสถานบริการ (accommodation) ได้แก่แหล่งบริการที่ผู้ปวยยอมรับว่าให้ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อใช้บริการ
4. ความสามารถของผู้ใช้บริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการที่ได้รับ (affordability)
5. การยอมรับคุณภาพของการบริการ (acceptability) รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

แนวคิดสาเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ในการรับบริการประกอบด้วยตัวแปร 3 ประการ คือ

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ
2. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ
3. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

โดยความพึงพอใจเกิดจากตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ตัวแปรทั้ง 3 มีปฏิสัมพันธ์ในเชิงภาพรวม และก่อรูปเป็นความรู้สึกระลอกออกมา สำหรับปัจจัยด้านเพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา เป็นเพียงส่วนประกอบของการศึกษาถึงความพึงพอใจเท่านั้น รายละเอียดของตัวแปร 3 ด้านมีดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 146 - 150)

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ หมายถึง องค์ประกอบและโครงข่ายที่สัมพันธ์กันของกิจกรรมบริการต่าง ๆ ตัวชี้วัดสาเหตุด้านนี้ ได้แก่

1.1 ความสะดวกในเงื่อนไขการขอรับบริการ ซึ่งจะดูความยากง่าย และความมากน้อยของเงื่อนไข ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการ หากเงื่อนไขมีน้อยโอกาสที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจมีสูง

1.2 ความเพียงพอทั่วถึงของบริการที่ให้ จะพิจารณาปริมาณของบริการที่ให้นั้น มีความครอบคลุมพื้นที่และหรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง

1.3 การมีคุณค่าใช้สอยของการบริการที่ได้รับ จะพิจารณาผลลัพธ์ของการบริการ (outcome of service) ที่ถูกผลิตออกมา ในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการนั้น ๆ ว่ามีใช้สอย หรือประโยชน์ต่อผู้ให้บริการมากน้อยเพียงใด

1.4 ความคุ้มค่ายุติธรรมในราคาของระบบบริการที่ให้ หมายถึง ความรู้ สึกเหมาะสมหรือไม่กับจำนวนค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บ

1.5 ความก้าวหน้าและพัฒนาของระบบบริการที่ให้ เมื่อเปรียบเทียบกับอดีตชี้ขึ้นในเชิงปริมาณและคุณภาพมากน้อยขนาดไหน

2. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งก็คือขั้นตอนต่าง ๆ ของการบริการที่ต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มต้น ของทางเดินของงาน (final work flow) ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ประกอบด้วย

2.1 ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ ได้แก่ ความยากง่ายในการขอรับบริการ

2.2 ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ ได้แก่ ความมากน้อยของจำนวนขั้นตอนและความรวดเร็ว ของการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ ที่ประหยัดกว่า

2.3 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของบริการที่ให้ ได้แก่ ความคงเส้นคงวาของบริการที่ให้ ชนิดต่อเนื่องตลอดเวลา หรือแบบ หยุด ๆ ให้นี้

2.4 ความปลอดภัยของบริการที่ให้ ได้แก่ อันตรายที่เกิดจากกระบวนการให้บริการ

3. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรนั่นเอง ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ประกอบด้วย

ความเอาใจใส่ในงานของเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความสนใจและตั้งใจในงาน
หน้าที่บริการ

ความเสมอภาคเสมอหน้าของบริการที่ให้ หมายถึง การแสดงออกต่อ
ผู้รับบริการในลักษณะยิ้มแย้มแจ่มใสหรือบึ้งตึง รวมทั้งการพูดจาแบบสุภาพอ่อนโยน หรือกระด้าง
หยาบคาย เป็นต้น

4. ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ หมายถึง ความไว้วางใจเชื่อใจได้และ
ตรงไปตรงมาต่อหน้าที่ของการให้บริการ โดยไม่เรียกร้อยประโยชน์อันพึงมีพึงได้จากผู้รับบริการ

จักรพันธ์ ภวังค์ตะวัฒน์ (2546: 3) กล่าวถึงกฎของการให้บริการ

ความพึงพอใจ = สิ่งที่ถูกคำรับรู้ - ความคาดหวัง

ถ้าลูกค้าได้รับรู้ (Perceive) การบริการที่ระดับหนึ่ง แต่มีความคาดหวังสูงกว่าลูกค้า
จะไม่พึงพอใจในบริการ

สิ่งสำคัญในสมการนี้ก็คือ สิ่งที่ถูกคำรับรู้ กับความคาดหวัง อาจไม่ตรงตามความ
เป็นจริงก็ได้ ทั้งคู่เป็นประสบการณ์และความรู้สึกทางจิตวิทยา ดังนั้นความท้าทายของการบริหาร
บริษัทบริการวิชาชีพ คือ การบริหารการบริการรับรู้และการคาดหวังของลูกค้า ลองพิจารณา
ร้านอาหารแห่งหนึ่งที่มีคนแน่น ลูกค้าต้องการลงชื่อต่อคิวร้านอาหารแห่งนี้แจ้งประมาณเวลาที่
ลูกค้าจะได้นั่งและมักจะประมาณเผื่อเวลามากขึ้นไว้ด้วย แน่นนอน อาจทำให้ร้านเสียลูกค้าที่ต้องการ
รอนานไปบ้าง แต่ลูกค้าที่เหลืออยู่จะได้นั่งก่อนเวลาที่เขาคาดหวัง มีความพอใจเกิดขึ้นและเป็นการ
เริ่มต้นที่ดีในการให้บริการ อาจดูเป็นเรื่องเล็กน้อยแต่การที่ทำให้ลูกค้าที่มีความสุขอยู่แล้วเกิดความ
พึงพอใจในการบริการของเรานั้นง่ายกว่าการทำให้ลูกค้าที่มีความหงุดหงิดเกิดความพึงพอใจในการ
ให้บริการมีความเป็นไปได้ว่า ผู้ให้บริการทำงานอย่างดีเยี่ยมแต่ลูกค้ามองไม่เห็นหรือในบางกรณีผู้
ให้บริการทุ่มเทเวลาในการป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น แต่ลูกค้าไม่เห็นถึงความสำคัญและ
อาจไม่พอใจในความล่าช้า แทนที่จะแสดงความขอบคุณ ปัญหาความพึงพอใจไม่ได้เกิดขึ้นจาก
ความไม่รับรู้ของลูกค้าเท่านั้น แต่บ่อยครั้งผู้ให้บริการทำงานโดยมองจากมุมมองของตัวเองเป็นหลัก มัก
เห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นรองลงมาจากความต้องการสร้างความยิ่งใหญ่ของผู้ให้บริการ ผู้
ให้บริการต้องให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับธุรกิจทุกชนิดและเป็นสิ่งที่จำเป็น
เร่งด่วนอย่างมากในธุรกิจบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการมักมีใจโน้มเอียงไปหลงใหลในความท้าทาย
มากกว่าที่ตอบสนองต่อความต้องการลูกค้า ลูกค้าต้องการผู้ให้บริการ เมื่อเขามีเรื่อง มีความสำคัญ
มีความไม่แน่นอน และมีความเสี่ยง นี่คือนี่สิ่งที่ทำให้ลูกค้ายอมจ่ายค่าบริการราคาที่สูง เพราะลูกค้า
ต้องการความเชื่อมั่นว่าเขามีมือดีมาทำงานให้

แนวคิดความพึงพอใจในบริการ

ตัวกำหนดแนวคิดความพึงพอใจในบริการ มีดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546:

153 - 156)

1. รักษาความมั่นใจสัญญาที่ให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เช่น เมื่อมีการนัดหมายการให้บริการเมื่อใดก็ตาม ผู้ให้บริการจะต้องทำตามการนัดหมายโดยไม่ผิดพลาด และควรให้บริการอย่างเต็มใจและรวดเร็ว อย่างมีประสิทธิภาพ ถือว่าเป็นกฎสำคัญข้อแรก ที่ผู้ใช้บริการจะถือเป็นกฎเกณฑ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า
2. การรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามา จะต้องรับอย่างรวดเร็วกว่าภายในไม่เกิน 5 วินาที การรับโทรศัพท์ช้าถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือขององค์กร อาจทำให้ลูกค้าเกิดความเบื่อหน่าย
3. การตอบรับในเรื่องเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ ที่มีการส่งมายังบริษัทหรือองค์กรอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบทุกฉบับ แต่ว่าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ ควรจะได้รับการตอบกลับให้เสร็จภายใน 2 วัน ไม่ว่าจะตอบกลับในรูปแบบใด
4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการคอยนานกว่า 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการคอยเป็นเวลานาน อาจเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า
5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าการติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้ง
6. พนักงานต้องให้เกียรติลูกค้า อ่อนน้อมถ่อมตน ความสนใจที่ให้กับลูกค้าเมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนที่จะมาพบ การกระทำเช่นนี้จะช่วยลดความรู้สึกที่ไม่ดีจากลูกค้าได้ โดยช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีด้วย
7. การติดต่อสื่อสารหรือการเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ จะต้องอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์และเปิดเผยต่อกัน
8. ระบบการทำงาน ต้องมีความน่าเชื่อถือ รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
9. ต้องแก้ไขปัญหหรือข้อผิดพลาดทุกครั้งอย่างรวดเร็ว
10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานต้องเป็นผู้รู้ คือ พนักงานทุกคนควรศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานและองค์กรของตนเป็นอย่างดี เช่น รู้เกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ รู้ข้อมูลหรือองค์กรที่ตนทำงาน รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้แล้วเสร็จ รู้จักวิธีแก้ไขปัญหารู้จักชื่อของลูกค้าประจำ
11. พนักงานจะต้องให้บริการแก่ลูกค้าและติดตามผลว่า ลูกค้าได้รับบริการเป็นทีพอใจหรือยัง การกระทำลักษณะนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อพนักงานทุกคนว่ามีความพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของคน

12. ให้บริการพิเศษต่าง ๆ แก่ลูกค้า เพื่อมุ่งสร้างความรู้สึที่ดี และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ เช่น การแจกของขวัญเล็ก ๆ น้อย ๆ

13. อย่ามองข้ามความสำคัญเล็ก ๆ อาจทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเปลี่ยนไปหรือขาดความรู้สึที่ดีต่อผู้ให้บริการ เช่น การคืนสมุดคู่ฝากผิดเล่ม การโอนสายโทรศัพท์ผิด เป็นต้น

14. การจัดสำนักงานต้องตกแต่งให้ดูสะอาดเป็นระเบียบ พนักงานต้อนรับต้องแต่งกายให้มีระเบียบเหมาะสม และการตกแต่งภายในอาคารให้ดูสง่าสวยงามเป็นสิ่งจำเป็นมากเพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างความรู้สึที่ดีแก่ผู้ให้บริการหรือลูกค้าได้

การจัดการความพึงพอใจของลูกค้า

สิ่งสำคัญในการจัดการความพึงพอใจของลูกค้าคือนักการตลาดต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547: 158)

1. คุณภาพที่ลูกค้าต้องการจากการบริการของเราในปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพของการบริการในปัจจุบัน เพื่อใช้ปรับปรุงและพัฒนาให้อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้

2. คุณภาพใหม่ที่ลูกค้าให้ความสนใจ คำตอบที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริการ เพื่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

3. คุณภาพของกลุ่มแข่งขันที่เหนือกว่าในสายตาของลูกค้า จะทำให้ทราบว่ายังมีจุดอ่อนด้านใดบ้าง เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพสูงกว่า หรืออย่างน้อยเท่าเทียมกับที่คู่แข่งกันทำได้ เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และดึงลูกค้าจากคู่แข่งกัน

4. ขั้นตอนของการตัดสินใจของลูกค้า คำตอบที่ได้จะช่วยให้เราสามารถมองเห็นภาพของกระบวนการในการตัดสินใจของลูกค้า และสามารถหาวิธีการในการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการในแต่ละขั้นตอนได้อย่างเหมาะสม

5. ต้นทุนในการซื้อและใช้บริการ เมื่อได้รายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายไปกับการซื้อและใช้บริการ ทำให้เราสามารถนำมาเป็นแนวทางในการควบคุมให้ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเป็นต้นทุนของลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพยายามลดต้นทุนของลูกค้า

6. สิ่งที่จะช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานของลูกค้าดีขึ้น คำตอบที่ได้จะนำไปเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาประสิทธิภาพในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานของลูกค้ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น และจะกลายเป็นการสร้างความรักดีของลูกค้า เนื่องจากการมาเป็นลูกค้าเราทำให้พวกเขาทำงานได้ดี ลูกค้าเหล่านี้จะไม่คิดเปลี่ยนไปสู่บริการอื่น ๆ

7. แผนงานของลูกค้าในอนาคต คำตอบที่ได้จะช่วยให้ทราบและเตรียมแผนในการพัฒนาและนำเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการในอนาคต ก่อนที่คู่แข่งจะสามารถสร้างสรรค์ได้

8. แนวโน้มของรสนิยมของลูกค้า การรักษาระดับการบริการให้อยู่ในรูปแบบเดิมอาจช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาระดับของกลุ่มลูกค้าและรายได้ในระดับหนึ่ง แต่การไม่พัฒนาในสิ่งใหม่จะกลายเป็นการทำลายตนเองอย่างช้า ๆ เนื่องจากในขณะที่เราหยุดอยู่กับที่คู่แข่งอื่นได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บริการของเราจะกลายเป็นความล้าสมัย ในการศึกษาแนวโน้มของรสนิยม

9. ลูกค้าอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้ และจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างต่อเนื่อง

การตอบคำถามดังกล่าวจะทำให้ทราบว่า สิ่งที่เราส่งมอบ สิ่งที่ถูกค้าคาดหวัง และสิ่งที่ลูกค้าได้รับ สามารถตอบสนองต่อความต้องการและลูกค้ามีความพึงพอใจแล้วหรือยัง เพื่อที่จะนำมาพัฒนา ปรับปรุง และตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยการพยายามมองหาช่องว่างในสิ่งที่เรามอบให้กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อหาข้อบกพร่องและแก้ไข ซึ่งอาจมาจากประสิทธิภาพในการทำงานของเรายังไม่ดี โดยความคาดหวังของลูกค้าเปลี่ยนแปลง

ประโยชน์จากการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546: 156) ได้สรุปประโยชน์จากการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า ดังนี้

1. สร้างผลประโยชน์ให้แก่ธุรกิจในการเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่ลูกค้า เนื่องจากทำให้เข้าใจถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีในปัจจุบัน จากการหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและสิ่งที่เราส่งมอบให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงให้สามารถตอบสนองและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น อันนำไปสู่ความภักดีของลูกค้า

2. สร้างผลกำไรในระยะยาว ถ้าเราทำการรักษาลูกค้าที่ดีไว้ในปริมาณที่มาก ๆ จะยิ่งสร้างผลกำไรมากกว่าการพยายามดึงลูกค้าใหม่มาทดแทนลูกค้าเก่าที่จากไปอยู่ตลอดเวลา

3. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ จะช่วยในการกระจายข่าวแบบปากต่อปาก ทำให้คนรู้จักมากขึ้น เหมือนการโฆษณาให้บริษัทโดยมีต้นทุนในการดึงลูกค้าใหม่ต่อหน่วยต่ำและมีประสิทธิภาพ การบอกต่อแบบปากต่อปากด้วยความชื่นชมจะสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก

4. มีลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ เป็นการประกันความเสี่ยงจากการเกิดความผิดพลาดในการบริการ ลูกค้าระยะยาวมีแนวโน้มที่จะให้อภัยกับเหตุการณ์เกิดความผิดพลาดได้

มากกว่า เพราะสิ่งดี ๆ ในอดีตจะเป็นสิ่งชดเชยให้ลูกค้ารู้สึกคืออยู่ และลูกค้าที่มีความพอใจบริการของเราแล้ว จะมีความรู้สึกไวต่อข้อเสนอใหม่ ๆ ของคู่แข่งชั้นของเราน้อย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ครุณี วงศ์รัตนธรรม (2539: ข - ค) ศึกษาเรื่องเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำนวน 420 รายที่มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร ผลการศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ทั้งนี้สิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้าเงินฝากที่เข้ามาใช้บริการด้านเงินฝากกับสาขา คือ อยู่ใกล้บ้านไปมาสะดวก และบริการที่ประทับใจจากพนักงาน ส่วนเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกมาใช้บริการด้านเงินฝากคือ ธนาคารมีความมั่นคงสูงควมมีธรรมาภิบาลของพนักงาน และต้องรับเงินเดือนผ่านพนักงานนอกจากนี้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความเห็นต่อการให้บริการของธนาคารด้านเงินฝากโดยเห็นว่าจำนวนช่องเคาน์เตอร์ที่ให้บริการจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า และส่วนใหญ่ยังเห็นด้วยกับการจัดช่องทางการบริการที่เป็นทางเดียวตามคิวที่สาขาได้จัดทำขึ้น ในขณะที่ลูกค้าบางส่วนที่ธนาคารควรปรับปรุงด้านอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับบริการด้านเงินฝากลูกค้า และการบริการน้ำดื่ม สำหรับผลการศึกษาด้านอุปสรรคในการใช้บริการ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าพนักงานบางคนเลือกบริการลูกค้าเป็นบางราย และให้บริการล่าช้า นอกจากนี้ที่จอดรถยังไม่เพียงพอ เครื่องคอมพิวเตอร์ช้าชองบ่อย และส่วนใหญ่ยังเห็นว่า ขั้นตอนการให้บริการซับซ้อนทำให้เสียเวลารอนาน

สุเนตร พรรณดวงเนตร (2540) ศึกษาเรื่องวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานี พบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการรับบริการในองค์ประกอบย่อย พบว่า ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนความพึงพอใจในด้านความสะดวกที่ไ้รับมีความพึงพอใจต่ำสุด

2. ลำดับองค์ประกอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน พบว่า ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมีความพึงพอใจสูงสุด รองลงไปได้แก่ความ

พึงพอใจในด้านสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจในด้านความสะดวกที่ได้รับ และความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับบริการจะต่ำสุด

3. ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้ำที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านฝาก-ถอนเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือระดับการศึกษาของลูกค้ำ พบว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจต่อการบริการฝาก-ถอนเงิน มากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนตัวแปรภูมิหลังอื่น ๆ ของลูกค้ำก็คือ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินฝาก บัญชีเงินฝาก ระยะเวลาที่ติดต่อกับธนาคาร ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพนักงานหรือผู้จัดการ และการมาใช้บริการ การได้รับทราบข้อมูลจากแหล่งใด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน

สุวัฒนา ใบเจริญ (2540) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้ำที่มีอาชีพและอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้ำที่เป็นนักเรียนมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ ลูกค้ำที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่อายุ 16 ปีขึ้นไป

กัญเกียรติ สุขพุ่ม (2540) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อระบบงานธนาคารอัตโนมัติของธนาคารทหารไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสะพานใหม่-คอนเมือง พบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีประสบการณ์การใช้บริการของธนาคารก่อนปี พ.ศ. 2540 ประเภทบริการที่ใช้ส่วนใหญ่คือ เปิดบัญชี การชำระหนี้เงินกู้ และการซื้อแคชเชียร์เช็ค เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ ปรากฏว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก ในเรื่องการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ การให้บริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี และการให้บริการอย่างเพียงพอ

ธรรมธรณ์ จารุสวัสดิ์ (2540: (3)-(4)) ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อธนาคาร กรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาซอยไนท์บาซาร์ พบว่า สาเหตุที่มาใช้บริการของสาขาเนื่องจากความสะดวกเพราะอยู่ใกล้ธนาคาร อัธยาศัยไมตรีของพนักงานในสาขา การให้บริการที่

รวดเร็วและประทับใจชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น รับเงินเดือนผ่านธนาคาร การศึกษาความคิดเห็นต่อต้าน บริการของสาขาอยู่ในเกณฑ์ดี จึงควรรักษาระดับการให้บริการด้านเหล่านี้ไว้และควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อต้านอาคาร/สถานที่ทำการสาขาอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี จึงควรดูแลสถานที่ทำการในสาขาให้สะดวก คุุสะอาดเสมอ และจัดหาที่พักรองรับให้เพียงพอกับปริมาณผู้มาใช้บริการ ส่วนการศึกษาความคิดเห็นด้านการตลาดอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จึงควรดูแลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป และพบว่าปัญหาของสาขาย่อยในทบชาวิทที่ควรปรับปรุงมีดังนี้ คือ ควรเพิ่มพนักงาน การนำเทคโนโลยีมาให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง การบริการต้อนรับ และพูดคุยกับลูกค้า การคิดอัตราดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม ควรเพิ่มที่พักรับรองลูกค้า

ศิริพร สุประภาส (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร มีความพึงพอใจต่อสถานที่ในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกในการเดินทาง ความสะอาดของธนาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดและตกแต่งภายในอาคาร ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจต่อการบริการในระดับมาก ในเรื่องอัตราค่าบริการของพนักงาน ความรวดเร็วในการบริการ และการบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อสถานที่ในระดับมาก โดยต้องการให้มีการปรับปรุงแบบฟอร์มเอกสารต่าง ๆ ปากกา ความสะอาดของธนาคาร การบริการข่าวสารของธนาคาร ลูกค้าที่ใช้บริการมีความต้องการต่อการบริการในระดับมาก ในเรื่องของการเพียงพอของช่องบริการ การเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัย เครื่องสอยถามยอดอัตโนมัติและระบบคิวรอรับบริการ ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารพบปัญหาสถานที่จอดรถไม่สะดวก มีป้ายบอกทางเข้าไม่ชัดเจน เครื่องเบิกเงินสดขัดข้องบ่อย และปริมาณไม่เพียงพอ ด้านการบริการพบว่า ช่องบริการไม่เพียงพอ เจ้าหน้าที่บริการมีจำนวนน้อย ลูกค้าเสนอให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข่าวสารธนาคารให้มากขึ้น จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคาร จำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ที่พักอาศัย ไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคาร จำแนกตามอายุ อาชีพ สถานที่ทำงาน แตกต่างกัน

นันทพร คำรงพงศ์ (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) สาขาอัมรินทร์พลาซ่า ผลการศึกษาพบว่า

1. ในการใช้บริการของธนาคารในภาพรวมพบว่า ลูกคามีความพึงพอใจมากและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ อันดับสุดท้ายคือด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ

2. ในการทดสอบพบว่า เพศ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้มาใช้บริการที่ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชนะ กล้าชิงชัย (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษาสาขาบึงนาราง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ลูกค้าที่มาฝากหรือถอนเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ พึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ความพึงพอใจในด้านที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.34 และความพึงพอใจต่ำสุดในด้านระยะเวลาในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.16 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ สถานภาพ อาชีพ ชีวิตครอบครัว ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความชัดเจนของข้อมูล และระยะเวลาในการให้บริการปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน

พงษ์พัฒน์ วีระกุล (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาเสลภูมิจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ในภาพรวมโดยเฉลี่ยแล้ว ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านเงินฝากของ ธ.ก.ส. อยู่ในระดับปานกลาง แต่ยังมีข้อเสนอแนะบางประการที่จะต้องนำไปปรับปรุงแก้ไข ได้แก่

1. พนักงานธนาคาร ควรประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้ารู้ขั้นตอนต่าง ๆ
2. ธนาคารควรจัดสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าให้เพียงพอกับความต้องการ
3. พนักงานของธนาคารควรมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้า พุดจากับลูกค้าด้วยความอ่อนโยน สุภาพ รวมทั้งเอาใจใส่ต่องานของลูกค้าเป็นอย่างดีด้วย

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541: ข - ค) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้านาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ โดย ศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการในธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 240 ราย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารนครหลวงไทย ที่สำคัญเป็นอันดับแรกคือความมั่นคงของธนาคารและการค้าประกันเงินฝากเต็มจำนวน รองลงมาคือ การจ่ายอัตรา ดอกเบี้ยเงินฝากสูง ในขณะที่ปัจจัยอื่นมีความสำคัญเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ได้แก่ ชื่อเสียงของ ผู้บริหารมีความน่าเชื่อถือ การบริหารของผู้บริหาร/พนักงานสาขาทันสมัย มีความสะดวกรวดเร็ว ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกสบาย การมีจำนวนสาขาให้บริการมากเพียงพอ และการมีบริการเสริมอื่น ๆ ทั้งนี้ผลการศึกษาข้างชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงและความมั่นคงของธนาคาร มิใช่ปัจจัยที่ ลูกค้าพิจารณาเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารเพียงปัจจัยเดียว แต่เป็นเพียงปัจจัยหลักในอันดับแรกเท่านั้น เนื่องจากลูกค้ายังพิจารณาจากการบริการของผู้บริหารสาขาและพนักงานที่มีมนุษย สัมพันธ์ดี สุภาพ สะดวก รวดเร็ว และความเชื่อถือได้ รวมทั้งทำเลที่ตั้งของธนาคารที่ไปมาสะดวก อยู่ใกล้บ้านและที่ทำงาน

พรพรรณ เกิดในมงคล (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ ให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้า ต่างประเทศแหลมฉบัง ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์บริการการค้าต่างประเทศแหลม ฉบัง ในช่วงระหว่างวันที่ 15 สิงหาคม – 15 กันยายน 2541 จำนวน 100 ราย การจัดเก็บข้อมูลทำโดย ใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของธนาคารเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย ระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าเฉลี่ย 1-3 ปี และ ประเภทบริการที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้บริการทางด้านการเงินเข้าและเงินค้ำออก ลูกค้าดังกล่าวมีความ พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกการให้บริการพบว่า ลูกค้ามี ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานสูงสุด รองลงมาคือด้านบริการและด้านสถานที่ ตามลำดับ โดยทางด้านการเงินที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็น คือ ความชัดเจนของป้ายแสดงรายละเอียดของการให้บริการ ความเพียงพอของสถานที่ที่จัดให้ลูกค้า ขณะรอรับบริการ การอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ ขณะรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ การบริการน้ำดื่ม

ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทิ อำเภอนาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า มีความพึงพอใจโดยภาพรวมต่อการบริการทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับ “พอใจมาก” ในด้านพนักงาน ด้านกายภาพ และด้านระบบการให้บริการตามลำดับ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ด้านกายภาพมีองค์ประกอบของการบริการ 6 ด้าน ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ ที่ตั้งของธนาคารและการจัดป้ายแนะนำการให้บริการด้านพนักงานมีองค์ประกอบของการบริการ 4 ด้าน ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ ด้านพนักงานบริการทั่วไป และด้านระบบการให้บริการของธนาคารมีองค์ประกอบของการบริการ 8 ด้าน ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่นได้แก่ เวลาเปิด-ปิดให้บริการของธนาคาร สำหรับปัจจัยที่ทำให้ผู้บริการ “ไม่พึงพอใจ” ของแต่ละด้าน สรุปได้ดังนี้ ด้านกายภาพและด้านพนักงาน มีปัจจัยที่สำคัญคือ ความรวดเร็วในการบริการ และด้านระบบการให้บริการของธนาคาร มีปัจจัยเหตุที่สำคัญ คือ ความสะดวกของการบริการ

กุลวดี กิจรักษา (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบการทำงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรปราการ พบว่า

1. ด้านพนักงาน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการแต่งกายพนักงาน และระบบการทำงานของพนักงานมาก และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจเกี่ยวกับความกระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ
2. ด้านการบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมั่นใจเมื่อมาใช้บริการมาก และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่จัดเตรียมไว้เพียงพอต่อการให้บริการ
3. ด้านสถานที่บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อทำเลที่ตั้งของธนาคารที่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อมาก และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อนั่งรอของลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความสะดวก

สิทธิชัย จริยวิทยานนท์ (2543) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และพึงพอใจน้อยที่สุดด้านสถานที่ประกอบการ ส่วนผลการทดสอบ

สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้บริการ และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า

จามจุรี จันทรัตน (2543) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาจังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสินด้านเงินฝาก-ถอน และด้านสินเชื่อ ในภาพรวมทุกด้านลูกค้ามีความพึงพอใจค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ปัจจัยของอาชีพมีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสินเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยของระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ประเภทบริการในภาพรวมทุกด้าน และปัจจัยของอาชีพ ด้านเงินฝาก-ถอน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภควัฒน์ นามจันทร์ (2543) ศึกษาเรื่องวิเคราะห์รูปแบบการให้บริการของบริษัท มีเดียอิสระและผลกระทบต่อธุรกิจโฆษณาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อธุรกิจโฆษณาในประเทศไทยภายหลังการเปิดให้บริการของบริษัทมีเดียอิสระ ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากระดับการคิดค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการแต่ละแห่งทำให้เกิดความสับสนระหว่างการคิดค่าเอเจนซีฟีกับการคิดค่ามีเดียฟี จึงเกิดการตัดราคาค่าบริการเพื่อช่วงชิงลูกค้ากัน ส่งผลกระทบต่อเอเจนซีโฆษณาขนาดกลาง-เล็กที่ยังมีแผนกสื่อโฆษณาภายในองค์กร นอกจากนี้ บริษัทมีเดียอิสระในประเทศไทยจะพัฒนาเติบโตในธุรกิจมากขึ้นโดยลำดับตามแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจ และการขยายตัวของช่องทางการสื่อสารการตลาด อีกทั้งยังมีแนวโน้มขยายบริการออกไปในจังหวัดหลัก ๆ ระดับภูมิภาคที่มีปริมาณผู้บริโภคและการขยายตัวของสื่อพร้อมต่อการวางแผน

อัญญา วัจนะสวัสดิ์ (2544) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของกองบัตรโดยสารเครื่องบิน: กรณีศึกษาสายการบินไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถนนวิภาวดีรังสิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ให้บริการที่สำนักงาน สาขาสำนักงานใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถนนวิภาวดีรังสิต จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการทดสอบแบบสอบถามในระหว่างที่ผู้ให้บริการรอการดำเนินการของเจ้าหน้าที่ สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยคือค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการโดยรวมมีความพึงพอใจ

อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ประเด็นสำคัญที่เป็นปัญหาในการบริการ ได้แก่ 1) จำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการไม่พอ และ 2) การไม่สามารถให้ข้อมูลตารางบินล่วงหน้า และมีข้อเสนอแนะให้กองบัตรโดยสารเครื่องบินสาขาสำนักงานใหญ่ เพิ่มพนักงานในช่วงวันและเวลาที่มีผู้ใช้บริการมาก ตลอดจนปรับปรุงคุณภาพบริการด้านข้อมูลข่าวสารให้มีความรวดเร็วและทั่วถึงมากขึ้น

ศรัณย์ ทิพย์บำรุง (2544) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 และมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านเทคโนโลยี ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนรายได้ อาชีพ ศาสนา เพศ และอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุรพันธ์ เค็ดชาด (2544) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเภทของการให้บริการ พบว่า ประเภทบริการเสริมอื่น ๆ อยู่ในเกณฑ์พอใจ ส่วนประเภทบริการเงินกู้ประเภทบริการเงินฝาก ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา การให้ความสำคัญของปัจจัยเหตุแห่งความพึงพอใจ/ไม่พอใจในการบริการของลูกค้า และปัจจัยลักษณะทั่วไปของธนาคาร ได้แก่ ความรวดเร็วและทันเวลา ความพร้อมในการให้บริการ ผู้ให้บริการรู้บทบาทของตนเองและความเสมอภาคเท่าเทียมกัน

อุทธิไกร เอื้อถาวรพิพัฒน์ (2546) ศึกษาเรื่องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงานตามความคิดเห็นของพนักงาน สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคกลาง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่าพนักงานเห็นด้วยในระดับสูงในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงาน สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคกลาง จังหวัดชลบุรี (ค่าเฉลี่ย = 3.76) โดยเห็นด้วยในระดับสูงทุกด้าน เรียงลำดับ คือ ด้านการรับรู้ความเข้าใจของพนักงานงานต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงาน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.79) และด้านพฤติกรรมกาปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.74)

ชมภัสสร ชี้อธิชา (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ รูปแบบใหม่ของสาขาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า ความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับกับลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าและประเภทลูกค้า แตกต่างกันจะมีผลทำให้ความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ .05 ยกเว้นลูกค้าที่มีเพศและอาชีพที่แตกต่างกันจะไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับแตกต่างกัน สำหรับความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับการบริการกับลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันจะมีผลทำให้ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับการบริการแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญที่ .05 ยกเว้นลูกค้าที่มีเพศ และประเภทลูกค้าที่แตกต่างกันจะไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับการบริการแตกต่างกัน ส่วนความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการกับลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า และประเภทลูกค้าแตกต่างกันจะมีผลทำให้ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญที่ .05 และความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ กับลูกค้าที่มีอายุ ระดับรายได้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า แตกต่างกันจะมีผลทำให้ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญที่ .05 ยกเว้นลูกค้าที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และประเภทลูกค้า ที่แตกต่างกันจะไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการแตกต่างกัน

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2547: 44 - 45) ศึกษาเรื่องนวัตกรรมและแนวทางในการเพิ่มรายได้ให้แก่ธนาคารในอนาคต โดยจัดเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง พนักงาน 279 คน ในพื้นที่ 4 ภาค 8 สำนักงานจังหวัด ผลการศึกษาสรุปว่า พนักงานมีความพึงพอใจในภาพรวม โดยได้เสนอปัญหาอุปสรรคในการให้บริการที่สำคัญ ได้แก่ การไม่ได้รับความสะดวกในการปฏิบัติงานเนื่องจากการอ่านข้อมูลของเครื่องบาร์โค้ดล่าช้า และไม่ตรงกับใบแจ้งหนี้ลูกค้า ขั้นตอนการให้บริการมีมากเกินไป พนักงานสาขามีงานประจำล้นมือและต้องรับผิดชอบงานหลายด้าน การอบรม/ชี้แจงวิธีปฏิบัติไม่เพียงพอ ข้อเสนอแนะในส่วน of แนวทางในการเพิ่มรายได้แก่ธนาคารนั้น พบว่าร้อยละ 71 ของจำนวนพนักงานกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ธนาคารควรมอบอำนาจให้สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัด สามารถพิจารณากำหนด เพิ่ม/ลด ประเภทบริการให้สอดคล้องตามความเหมาะสมของแต่ละสาขา ซึ่งมีความแตกต่างกันตามประเภทและความต้องการของลูกค้า สภาพที่ตั้งตามภูมิศาสตร์และปริมาณงาน เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน โดยให้แต่ละสาขาเป็นผู้กำหนดเป้าหมายส่วนกลาง (Bottom up) ตามแนวคิด OPOT (One Province One Team) แทนการกำหนดเป้าหมายจากส่วนกลางแบบเดิม

เอนก บุญสม (2548) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สายงานสารสนเทศและสื่อสารต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานเห็นด้วยในระดับมากในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน ส่วนผลการศึกษาคำคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความพร้อมใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพในการใช้คอมพิวเตอร์ ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการสนับสนุน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ของหน่วยงาน พบว่า พนักงานมีความพร้อมในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า พนักงานมีความพร้อมระดับมากในด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพร้อมในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพในการใช้คอมพิวเตอร์ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการสนับสนุน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ของหน่วยงาน

วรพันธ์ สุจิบุตโต (2548) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานสายงานสารสนเทศและสื่อสาร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อการให้บริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ ผลการศึกษาระดับความคิดเห็น พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อการให้บริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านงาน ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศ ด้านประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศ และด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ ส่วนที่เหลือพนักงานเห็นด้วยระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศ และด้านประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศ

ชูศักดิ์ รักศิริวิณิช (2549: ง - จ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในธุรกิจ โทรคมนาคมไร้สาย: กรณีศึกษา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ภาคเหนือ ผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมและรายด้านพนักงานเห็นด้วยระดับมากต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในธุรกิจ เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านแนวคิดของระบบ

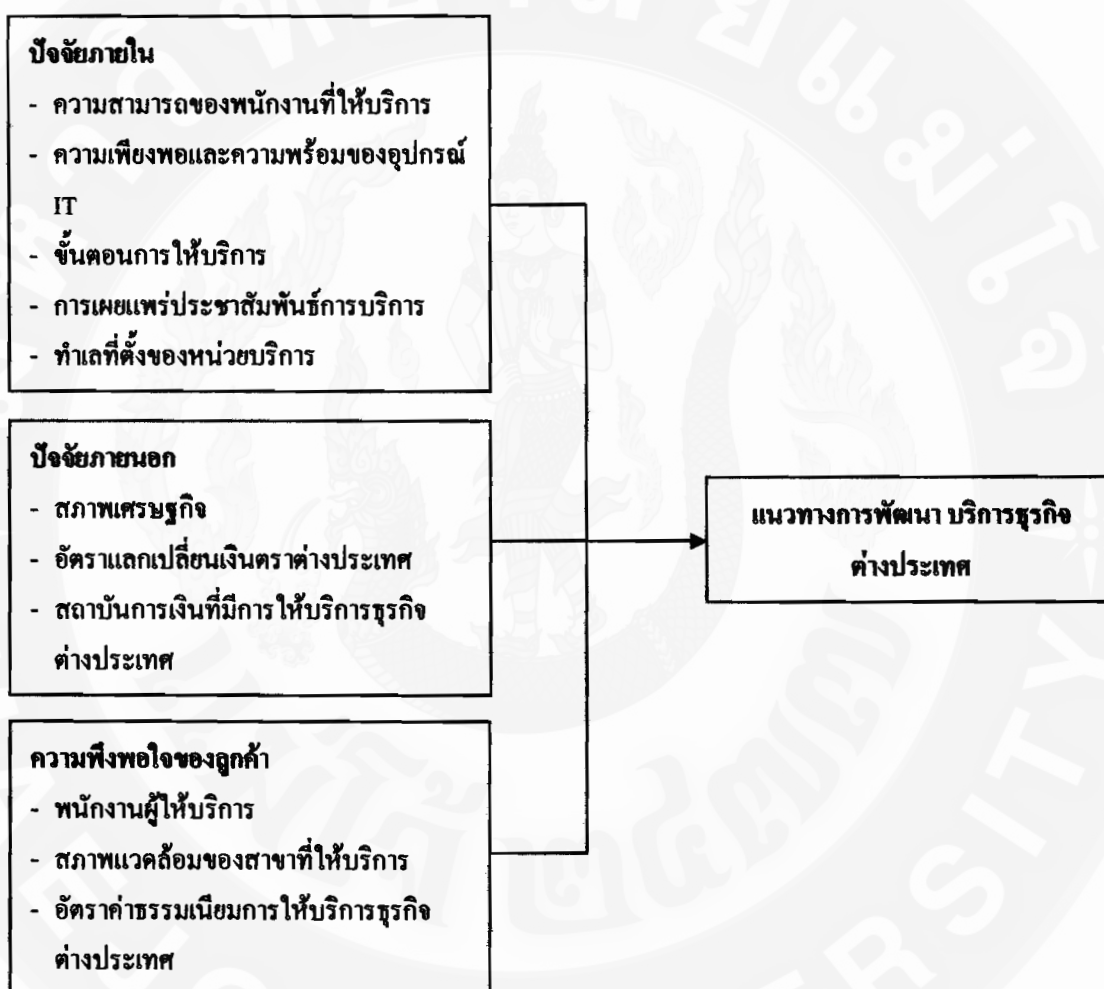
ข้อเสนอแนะตามหลักสากล ด้านหลักปฏิบัติของระบบข้อเสนอแนะตามหลักสากล ด้านการนำระบบข้อเสนอแนะตามหลักสากลมาใช้ในองค์กร

พรภัทร อีทรรรพพัฒน์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในระยะและระยะยาว ผลการศึกษาในช่วงที่ประเทศไทยใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบตะกร้าเงิน พบว่าในระยะยาวอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มคงที่จากปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา ระดับรายได้เปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา ระดับราคาเปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา ดุลการค้าของประเทศไทย และดุลการค้าของประเทศไทย ส่วนในระยะสั้นการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มคงที่จากปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา 1 หน่วยในเดือนที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเปรียบเทียบกับของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในเดือนที่ผ่านมา 3 เดือน การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเงินเปรียบเทียบของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในเดือนที่ผ่านมา 1 และ 2 เดือน การเปลี่ยนแปลงของการใช้จ่ายของรัฐบาลไทยในเดือนที่ผ่านมา 3 เดือน การเปลี่ยนแปลงของการใช้จ่ายของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาในเดือนที่ผ่านมา 3 เดือน 4 เดือน 5 เดือน และ 6 เดือน การเปลี่ยนแปลงของดุลการค้าของประเทศไทยในเดือนที่ปัจจุบัน และการปรับตัวของค่าเงินบาทเพื่อเข้าสู่ดุลยภาพระยะยาวจากการออกนอกดุลยภาพในเดือนที่ผ่านมา (Error Correction Term)

สำหรับผลการศึกษาในช่วงที่ประเทศไทยใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบมีการจัดการ พบว่า ในระยะยาวอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มคงที่จากปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา ปริมาณเงินบาทเปรียบเทียบกับปริมาณเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ระดับรายได้เปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา ระดับราคาเปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา และดุลการค้าของประเทศไทย ส่วนในระยะสั้นการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มคงที่จากปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเปรียบเทียบกับของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในเดือนที่ผ่านมา 1 เดือน การเปลี่ยนแปลงของการใช้จ่ายของรัฐบาลไทยในเดือนที่ผ่านมา 1 เดือน 2 เดือน และ 3 เดือน การเปลี่ยนแปลงของดุลการค้าของประเทศไทย

ในเดือนที่ผ่านมา 3 เดือน จนถึง 8 เดือน และการปรับตัวของค่าเงินบาทเพื่อเข้าสู่ดุลยภาพระยะยาวจากการออกนอกดุลยภาพในเดือนที่ผ่านมา

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพ 3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่ดำเนินการธุรกิจต่างประเทศทั้ง 2 ประเภทคือ การให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Currency and Foreign Exchange Service) และ บริการโอนเงินคว่นระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western Union ในเขตสาขานำร่อง 11 สาขา มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

สถานที่ดำเนินการศึกษา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 11 สาขา ได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาหมอซิด 2 สาขาจังหวัดเชียงใหม่ สาขาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สาขาพัทธยา สาขาสายใต้ใหม่ สาขาจังหวัดอุดรธานี สาขาจังหวัดหนองคาย สาขาย่อยไทย-จังโหลน (ด้านนอก) สาขาย่อยป่าตอง และสาขาย่อยกมลา (ภูเก็ต)

ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายพนักงาน และฝ่ายลูกค้า

1. ฝ่ายพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ในเขตสาขานำร่อง 11 สาขา โดยใช้ประชากรจำนวนทั้งสิ้น 51 คน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในฝ่ายพนักงานผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด ซึ่งมีรายละเอียดตามตาราง 7

ตาราง 7 จำนวนประชากรฝ่ายพนักงานใน 11 สาขานำร่องของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สาขานำร่อง 11 สาขา	จำนวนพนักงานการเงิน (คน)
สาขานางเลิ้ง	6
สาขาหมอซิด 2	6

ตาราง 7 (ต่อ)

สาขานำร่อง 11 สาขา	จำนวนพนักงานการเงิน (คน)
สาขาเชียงใหม่	6
สาขาพระนครศรีอยุธยา	5
สาขาพัทลุง	2
สาขาสายใต้ใหม่	4
สาขาอุดรธานี	8
สาขาหนองคาย	5
สาขาย่อยไทย – จังโหลน (ด้านนอก)	4
สาขาย่อยป่าตอง	2
สาขาย่อยกมลา	3
รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	51

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2551: 6)

2. ฝ่ายลูกค้าผู้รับบริการธุรกิจต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 892 ราย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2552: 20) จะใช้การเก็บตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากร โดยหาจำนวนตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973: 1079) และการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ

n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนธุรกรรมทั้งหมด

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยในการศึกษารั้งนี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนค่าตามสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{892}{1 + 892(0.05)^2}$$

= 276.16 โดยจะทำการเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 277 ตัวอย่าง

เมื่อได้จำนวนตัวอย่างที่ต้องการแล้ว จึงทำการเลือกตัวอย่างแบบหาสัดส่วนแต่ละสาขาด้วยสูตร ดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546: 45)

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

เมื่อ n_i = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการของสาขาที่ i

n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

N_i = จำนวนธุรกรรมสาขาที่ i

N = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ในการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศใน 11 สาขานำร่อง เนื่องจากใน 11 สาขานำร่องเป็นสาขาที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศครบทั้ง 2 ประเภท โดยจะถือว่าลูกค้าทั้งหมดเป็นประชากรที่จะทำการเก็บข้อมูล ต่อจากนั้นจะนำประชากรมาหาสัดส่วนโดยวิธีเทียบบัญญัติขยงค์ จะได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการในส่วนของบริษัทต่างประเทศจนครบจำนวนตัวอย่างในแต่ละสาขา ตามตาราง 8

ตาราง 8 ประชากรและจำนวนตัวอย่างลูกค้าใน 11 สาขานำร่องของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สาขานำร่อง 11 สาขา	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
สาขานางเลิ้ง	19	7
สาขาหมอซิด 2	116	36
สาขาเชียงใหม่	38	12
สาขาพระนครศรีอยุธยา	55	17
สาขาพัทยา	53	16
สาขาสายใต้ใหม่	91	28
สาขาอุดรธานี	112	35
สาขาหนองคาย	40	12
สาขาย่อยไทย – จังโหล่น (ค่านนอก)	287	89
สาขาย่อยป่าตอง	38	13
สาขาย่อยกมลา	43	13
รวม	892	277

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากพนักงานเป็นการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้การแบบสอบถามจากพนักงานการเงินกำหนดโครงสร้าง (structure questionnaire) ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานการเงินผู้ให้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุการทำงาน การศึกษา (วุฒิการศึกษา/สาขา)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดย ปัจจัยภายในประกอบด้วย ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ อุปกรณ์ IT (ความเพียงพอ/ความพร้อมของระบบ IT) ขั้นตอนการให้บริการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ ท่าเลที่ตั้งของหน่วยบริการ ปัจจัยภายนอกประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หน่วยงานภายนอกที่ให้บริการเหมือนกัน

ส่วนที่ 3 คำถามความคิดเห็นของพนักงาน ต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านอุปกรณ์ IT และด้านท่าเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้า เป็นการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศกำหนดโครงสร้าง (structure questionnaire) ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รวมทั้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ประกอบด้วย ประเภท เหตุผลที่ใช้บริการ จุดบริการที่ใช้บริการ และสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามถึงความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านพนักงาน สภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ และอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ส่วนที่ 3 คำถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ ในด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

การทดสอบแบบสอบถาม

1. การทดสอบเครื่องมือในการหาความตรง (validity) การหาความตรงของเนื้อหา (content validity) ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงขึ้น เพื่อนำเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาทำการปรับปรุงแก้ไขว่า มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาหรือไม่ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำในส่วนที่บกพร่อง

2. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้วไปทดสอบเก็บข้อมูลจากพนักงานการเงินของธนาคารกรุงไทย และลูกค้าของธนาคารกรุงไทยที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนละ 20 ราย รวมทั้งสิ้น 40 ราย และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของแบบสอบถามสูตรของครอนบาค (Cronbach) (ประกอบ กรรณสูตร, 2542: 46)

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

โดย α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

N = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ

ผลการทดสอบค่า α ได้ผลดังนี้

1. แบบสอบถามของฝ่ายพนักงาน ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ด้านปัจจัยภายใน ได้ค่า α เท่ากับ 0.9655 และด้านปัจจัยภายนอก ได้ค่า α เท่ากับ 0.9373 (ดูภาคผนวก ก)

2. แบบสอบถามของฝ่ายประชาชนผู้รับบริการ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้ค่า α เท่ากับ 0.9215 (ดูภาคผนวก ก)

จากค่า α ที่ได้ในข้อ 1 และ 2 พบว่า แบบสอบถามทั้ง 2 ชุดมีความเชื่อมั่นเกินกว่า 0.80 ฉะนั้น สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ฝ่ายพนักงานการเงิน ผู้วิจัยทำหนังสือถึงผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใน 11 สาขานำร่องเพื่อขอความร่วมมือให้พนักงานการเงินตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผู้วิจัยได้โทรศัพท์ติดต่อกับพนักงานการเงินอธิบายแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกับผู้วิจัย

2. ฝ่ายลูกค้า ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

ทำความเข้าใจโดยโทรศัพท์ติดต่อกับผู้ช่วยวิจัยจำนวน 10 คน ซึ่งเป็นพนักงานการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทั้ง 10 สาขา ได้แก่ สาขาหมอซิด 2 สาขาเชียงใหม่ สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาพัทธยา สาขาสายใต้ใหม่ สาขาอุดรธานี สาขาหนองคาย สาขาอยุธยา-จันทบุรี (ด่านนอก) สาขาอยุธยา-ปากอง และสาขาอยุธยา-กมลา (ภูเก็ค) ผู้วิจัยได้อธิบายและให้ผู้ช่วยวิจัยสอบถามถ้ามีข้อสงสัยในแบบสอบถาม

สำหรับสาขานางเลิ้งผู้วิจัยจะดำเนินการสอบถามด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากภาคสนามโดยการสอบถามพนักงาน ใน 11 สาขานำร่อง และใช้แบบสอบถามในการหาความพึงพอใจจากลูกค้าใน 11 สาขานำร่อง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 277 คน โดยข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม เมื่อรวบรวมข้อมูลและการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลมาถอดรหัสจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อจัดการศึกษาทางสังคม (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS) ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา (descriptive method) โดยใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ความคิดเห็นของพนักงาน ต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ

1.1.1 ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่ในการจัดลำดับชั้นปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.2 ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางและการกระจายของปัจจัยส่วนบุคคล

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative method) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และความพึงพอใจของลูกค้า วิเคราะห์โดยวิธีคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score: WMS) โดยใช้วิธีการของ Likert (อุทท ไกรวรรณ, 2544: 50) มีสูตรดังนี้

$$WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{TNR}$$

โดยที่ WMS = ค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

TNR = จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

f_1 = จำนวนผู้เลือกตอบเห็นด้วย/พึงพอใจระดับ มากที่สุด

f_2 = จำนวนผู้เลือกตอบเห็นด้วย/พึงพอใจระดับ มาก

f_3 = จำนวนผู้เลือกตอบเห็นด้วย/พึงพอใจระดับ ปานกลาง

f_4 = จำนวนผู้เลือกตอบเห็นด้วย/พึงพอใจระดับ น้อย

f_5 = จำนวนผู้เลือกตอบเห็นด้วย/พึงพอใจระดับ น้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

ในการแปลผลตามการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยซึ่งใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับค่าคะแนนที่คำนวณได้ตามขั้นตอนที่ระบุไว้โดยการหาอันตรภาคชั้นซึ่งคำนวณจากสูตร (อุทท ไกรวรรณ, 2544: 51) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

ในการแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นหรือความพึงพอใจ แปลผล ดังนี้ (บุษกร ไกรวรรณ, 2544: 51)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วย/พึงพอใจระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย/พึงพอใจระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง เห็นด้วย/พึงพอใจระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง เห็นด้วย/พึงพอใจระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วย/พึงพอใจระดับน้อยที่สุด

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา รวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และหน่วยงานที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศคล้ายกับการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และความพึงพอใจของลูกค้า ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และศึกษาแนวทางในการพัฒนาผู้รับบริการ ธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผลการศึกษาแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน และข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า รวมทั้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงาน ต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ และความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ

ตอนที่ 5 แนวทางในการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

**ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน และข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า
รวมทั้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า**

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธนาคาร และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในด้านการเงิน

จากตาราง 9 พบว่า

เพศ พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 94.1 และเป็นเพศชาย ร้อยละ

อายุพนักงานมีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.3 และมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.7 พนักงานมีอายุเฉลี่ย 33.07 ปี สูงสุด 48 ปี และต่ำสุด 23 ปี

ระดับการศึกษา พนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 92.2 และ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 7.8

สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา พนักงานสำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.5 สาขาวิชาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 21.6 สาขาวิชาการเงิน การธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 7.8 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 5.9 สาขาวิชาการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.0 และสาขาวิชาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ได้แก่ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 3.8 รองลงมาคือ สาขาวิชาโฆษณากับเศรษฐศาสตร์เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธนาคาร พนักงานปฏิบัติงานในธนาคารมาแล้ว ไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ ระหว่าง 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระหว่าง 16 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.7 และที่เหลือมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ในธนาคารระหว่าง 6 – 10 ปี ระหว่าง 21 – 25 ปี และ 26 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 3.9, 2.0 และ 2.0 ตามลำดับ เฉลี่ยปฏิบัติงานในธนาคารมาแล้ว 7.55 ปี สูงสุด 27 ปี และต่ำสุด 1 ปี

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน พนักงานปฏิบัติงานในด้านการเงินมาแล้วไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาคือ ระหว่าง 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระหว่าง 6 -10 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.8 และที่เหลือปฏิบัติงานด้านการเงินระหว่าง 16 – 20 ปี และ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.9 และ 2.0 ตามลำดับซึ่งเฉลี่ยแล้วพนักงานปฏิบัติงานในด้านการเงินมาแล้ว 6.70 ปี สูงสุด 21 ปี และต่ำสุด 1 ปี

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n= 51)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
เพศ			
หญิง	48	94.1	
ชาย	3	5.9	

ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n= 51)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
อายุ (ปี)			
21 - 30	18	35.3	Mean = 33.07 ปี
31 - 40	25	49.0	S.D. = 6.321
41 - 50	8	15.7	Min. = 23.0 ปี
			Max. = 48.0 ปี
ระดับการศึกษา			
ปริญญาตรี	47	92.2	
ปริญญาโท	4	7.8	
สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา			
การบัญชี	15	29.4	
บริหารธุรกิจ	13	25.5	
การจัดการ	11	21.6	
การเงินการธนาคาร	4	7.8	
เศรษฐศาสตร์สหกรณ์	3	5.9	
ตลาด	1	2.0	
อื่น ๆ	4	7.8	
ภาษาอังกฤษ	2	3.8	
โฆษณา	1	2.0	
เศรษฐศาสตร์	1	2.0	
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธนาคาร (ปี)			
ไม่เกิน 5	28	54.9	Mean = 7.55 ปี
6 - 10	2	3.9	S.D. = 6.559
11 - 15	13	25.5	Min. = 1.0 ปี
16 - 20	6	11.7	Max. = 27.0 ปี
21 - 25	1	2.0	
26 ขึ้นไป	1	2.0	
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน (ปี)			
ไม่เกิน 5	30	58.8	Mean = 6.70 ปี
6 - 10	4	7.8	S.D. = 5.556
11 - 15	13	25.5	Min. = 1.0 ปี
16 - 20	3	5.9	Max. = 21.0 ปี
21 - 25	1	2.0	

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ

จากตาราง 10 พบว่า

เพศ ลูกค้าเป็นเพศหญิง ร้อยละ 47.7 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 52.4

อายุ ลูกค้ามีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.6 มีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 มีอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.9 มีอายุ 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.3 และมีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.2 ซึ่งเฉลี่ยแล้วมีอายุ 37.2 ปี สูงสุด 70 ปี และต่ำสุด 17 ปี

อาชีพ ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.9 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 4.3 รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.7 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.2 และแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n= 277)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
เพศ			
หญิง	145	52.3	
ชาย	132	47.7	
อายุ (ปี)			
11 - 20	9	3.3	Mean = 37.2 ปี
21 - 30	68	24.6	S.D. = 9.65
31 - 40	109	39.4	Min. = 17 ปี
41 - 50	63	22.7	Max. = 70 ปี
51 - 60	22	7.9	
61 ขึ้นไป	6	2.1	

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n= 277)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
อาชีพ			
ธุรกิจส่วนตัว	176	63.5	
พนักงานเอกชน	49	17.7	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	7.9	
รับราชการ	12	4.3	
รับจ้าง	10	3.7	
นักเรียน/นักศึกษา	6	2.2	
แม่บ้าน	2	0.7	

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า ได้แก่ ประเภทการใช้บริการเงินตราต่างประเทศ วิธีการชำระเงิน (Payment Method) สกุลเงินที่ใช้บริการ จำนวนหน่วยที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ จุดบริการที่นิยมใช้บริการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์

จากตาราง 11 พบว่า

ประเภทการใช้บริการเงินตราต่างประเทศ ลูกค้าร้อยละ 40.6 ใช้บริการรับโอนเงินผ่าน Western Union ร้อยละ 36.2 ใช้บริการโอนเงินต่างประเทศผ่าน Western Union ร้อยละ 35.1 และ ใช้บริการซื้อเงินตราต่างประเทศ ร้อยละ 24.7

วิธีการชำระเงิน ลูกค้าใช้วิธีการชำระเงินแบบชนบัตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองลงมาคือ ใช้วิธีการชำระเงินแบบตัวแลกเงิน Draft คิดเป็นร้อยละ 7.0 และใช้วิธีการชำระเงินแบบเช็คเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 5.0

สกุลเงิน ลูกค้าใช้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในสกุลเงิน ดอลลาร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมาคือ สกุลเงินยูโร คิดเป็นร้อยละ 8.3 สกุลเงินเยน และสกุลเงินปอนด์เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนสกุลเงินอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.33 ได้แก่ สกุลเงินออสเตรเลีย สกุลเงินเดนมาร์ก สกุลเงินบรูไน สกุลเงินเยอรมันนี สกุลเงินอิงแลนด์ และสกุลเงินฟรังก์สวิส

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า
จำแนกตามประเภทการให้บริการเงินตราต่างประเทศ วิธีการชำระเงิน และสกุลเงินที่ใช้
บริการ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	จำนวน (n= 277)	ร้อยละ
ประเภทการให้บริการเงินตราต่างประเทศ*		
ชาย	110	40.6
รับเงินโอนผ่าน Western Union	98	36.2
โอนเงินต่างประเทศผ่าน Western Union	95	35.1
ซื้อ	67	24.7
วิธีการชำระเงิน (Payment Method) *		
ธนบัตร	187	94.0
เช็คเดินทาง	10	5.0
ตัวแลกเงิน	14	7.0
สกุลเงินที่ให้บริการ*		
ดอลลาร์	232	83.8
ยูโร	23	8.3
เยน	5	1.8
ปอนด์	5	1.8
อื่น ๆ	12	4.3
ออสเตรเลีย	3	1.1
เคนมาร์ก	2	0.7
บรูไน	2	0.7
เยอรมันนี	2	0.7
อิงแลนด์	2	0.7
ฟรังก์สวิส	1	0.4

หมายเหตุ *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 12 พบว่า

จำนวนหน่วยที่ใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่เกิน 5,000 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 90.6 รองลงมาคือ 5,001 - 10,000 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 3.6 จำนวน 25,001 หน่วยขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.2 จำนวน 10,001 - 15,000 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 1.8 จำนวน 15,001 - 20,000 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 1.1 และ จำนวน 20,001 - 25,000 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 0.71 เฉลี่ยแล้วลูกค้าใช้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 3,727.8 หน่วย ค่าสูงสุด 3,000 หน่วย และค่าต่ำสุด 12 หน่วย

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ เพราะเห็นจากป้ายโฆษณา แผ่นพับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ การบอกปากต่อปาก จากเพื่อน / ครอบครัว /ญาติ / คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.2 พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว และเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 34.7 ทำเลดี เดินทางไปมาได้สะดวก เชื่อมั่นในคุณภาพของสถาบัน / โลโก้ผู้ให้บริการ อัตราแลกเปลี่ยนถูกต้อง ทันเวลา อยู่เสมอ (on time) เดินทางผ่านมาโดยบังเอิญ ไม่เคยมีปัญหาในการใช้บริการ และไม่ต้องเสียค่าคอมมิชชั่นบริการ คิดเป็นร้อยละ 27.1, 26.4, 20.9, 17.7, 15.2 และ 15.2 ตามลำดับ

จุดบริการที่ลูกค้านิยมใช้บริการ ลูกค้านิยมใช้บริการ ณ ธนาคารใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 44.4 สนามบินต่างๆ เพราะสะดวก เพื่อน / คนรู้จัก / ญาติ ตามแหล่งช้อปปิ้ง / ห้างสรรพสินค้าต่างๆ counter Bank จุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ เว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โรงแรมที่พัก จากไกด์ และตลาดมีดค้าเงินตราต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 24.9, 21.7, 20.9, 17.3, 10.8, 10.8, 9.0, 4.0 และ 1.4 ตามลำดับ

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์ ลูกค้าเห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดีที่สุด คือ ป้ายโฆษณา แผ่นผ้า คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมาคือ เอกสารสิ่งพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ / โบชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 48.0 พนักงานธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 46.6 อินเทอร์เน็ต เช่น ส่งตาม website, E-mail เป็นต้น ทิว หนังสือพิมพ์ และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 37.9, 31.8, 22.0 และ 12.7 ตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของ
ลูกค้า จำแนกตามจำนวนหน่วยที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ จุดบริการที่นิยมใช้
บริการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	จำนวน (n= 277)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
จำนวนหน่วยที่ใช้บริการ (หน่วยสกุลเงิน¹)			
ไม่เกิน 5,000	251	90.6	
5,001 - 10,000	10	3.6	Mean = 3,727.8 หน่วย
10,001 - 15,000	5	1.8	S.D. = 4,329.55
15,001 - 20,000	3	1.1	Min. = 12.0 หน่วย
20,001 - 25,000	2	0.7	Max. = 3,000.0 หน่วย
25,001 ขึ้นไป	6	2.2	
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ²			
เห็นจากป้ายโฆษณา แผ่นพับ	169	61.0	
การบอกปากต่อปาก จาก เพื่อน / ครอบครัว /ญาติ / คนรู้จัก	114	41.2	
พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว และเป็นกันเอง	96	34.7	
ทำเลดี เดินทางไปมาได้สะดวก	75	27.1	
เชื่อมั่นในคุณภาพของสถาบัน / โลโก้ผู้ให้บริการ	73	26.4	
อัตราแลกเปลี่ยนถูกต้อง ทันเวลา อยู่เสมอ (on time)	58	20.9	
เดินทางผ่านมาโดยบังเอิญ	49	17.7	
ไม่เคยมีปัญหาในการใช้บริการ นี่คือเหตุผลหรือ	42	15.2	
ไม่ต้องเสียค่าคอมมิชชั่นบริการ	42	15.2	

ตาราง 12 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	จำนวน (n= 277)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
จุดบริการที่ถูกคำนึงมาใช้บริการ¹			
ธนาคารใกล้บ้าน	193	69.7	
ธนาคารพาณิชย์	123	44.4	
สนามบินต่างๆ เพราะสะดวก	69	24.9	
เพื่อน / คนรู้จัก /ญาติ	60	21.7	
ตามแหล่งช้อปปิ้ง / ห้างสรรพสินค้าต่างๆ	58	20.9	
counter bank	48	17.3	
จุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	30	10.8	
เว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	30	10.8	
โรงแรมที่พัก	25	9.0	
จากไกด์	11	4.0	
ตลาดมีค้ำเงินตราต่างประเทศ	4	1.4	
สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์			
ป้ายโฆษณา แผ่นผ้า	134	48.4	
เอกสารสิ่งพิมพ์ โบปลิว แผ่นพับ / โบชัวร์	133	48.0	
พนักงานธนาคาร	129	46.6	
อินเทอร์เน็ต เช่น ส่งตาม website, E-mail เป็นต้น	105	37.9	
ทีวี	88	31.8	
หนังสือพิมพ์	61	22.0	
วิทยุ	35	12.7	

หมายเหตุ ¹หน่วยสกุลเงินตราต่างประเทศที่ถูกค่าใช้บริการในตาราง 11 (ดอลลาร์ ยูโร เยน ปอนด์
ออสเตรเลีย เคนมาร์ก บรูไน เยอรมันนี อิงแลนด์ และฝรั่งเศส)

²ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ด้านปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในประกอบด้วย ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ ความเพียงพอหรือความพร้อมของอุปกรณ์ IT ขั้นตอนการให้บริการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ ท่าเลที่ตั้งของหน่วยบริการ และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สถาบันการเงินที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ปัจจัยภายใน

จากตาราง 13 พบว่า พนักงานเห็นว่าความสามารถของพนักงานที่ให้บริการมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับปานกลาง (WMS. = 3.01, S.D. = 0.723)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ (WMS. = 3.04, S.D. = 0.602) รองลงมาคือ ทักษะด้านการดำเนินการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.04, S.D. = 0.990) และ ในเรื่องการตรวจสอบ (ตรวจเช็ค) ธนบัตรปลอมของสกุลเงินต่าง ๆ (WMS. = 2.95, S.D. = 1.086)

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ)

ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
การสื่อสารภาษาต่างประเทศ	3.04	0.602	ปานกลาง
ทักษะด้านการดำเนินการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3.04	0.990	ปานกลาง
ในเรื่องการตรวจสอบ (ตรวจเช็ค) ธนบัตรปลอม ของสกุลเงินต่าง ๆ	2.95	1.086	ปานกลาง
รวม	3.01	0.723	ปานกลาง

จากตาราง 14 พบว่า พนักงานเห็นด้วยว่าความพอเพียงและความพร้อมของอุปกรณ์ IT มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับปานกลาง (WMS. = 3.23, S.D. = 0.671)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า เกือบทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยระดับปานกลาง มีเพียงประเด็นความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพียงประเด็นเดียวที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก (WMS. = 3.73, S.D. = 0.751) ที่เหลือเห็นด้วยระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ความเพียงพอของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน (WMS. = 3.36, S.D. = 0.999) โปรแกรม Soft ware ที่ใช้มีความสมบูรณ์ ง่ายใน การปฏิบัติงาน (WMS. = 2.98, S.D. = 0.798) และ ระบบออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย และแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว (WMS. = 2.84, S.D. = 0.910)

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT)

ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
ความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.73	0.751	มาก
ความเพียงพอของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน	3.36	0.999	ปานกลาง
โปรแกรม Soft ware ที่ใช้มีความสมบูรณ์ ง่ายใน การปฏิบัติงาน	2.98	0.798	ปานกลาง
ระบบออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย และแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว	2.84	0.910	ปานกลาง
รวม	3.23	0.671	ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่า พนักงานเห็นว่าขั้นตอนการให้บริการมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับปานกลาง (WMS. = 3.28, S.D. = 0.631)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยมาก คือ การโอนเงินผ่านระบบ Western union (WMS. = 3.53, S.D. = 0.684) ที่เหลือเห็นด้วยระดับ

ปานกลาง คือ การขายเงินตราต่างประเทศ (WMS. = 3.21, S.D. = 0.736) และ การซื้อเงินตราต่างประเทศ (WMS. = 3.10, S.D. = 0.631) โดย

การโอนเงินผ่านระบบ Western Union ทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การติดต่อกับระบบ Western union ทำได้รวดเร็วไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.61, S.D. = 0.755) รองลงมาคือ ขั้นตอนการกรอกเอกสารการโอนเงิน ไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.50, S.D. = 0.809) และ ระยะเวลาในการติดต่อกับ สำนักงานธนาคาร เพื่อยืนยันการโอนเงินไปต่างประเทศ ดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง (WMS. = 3.48, S.D. = 0.738)

การขายเงินตราต่างประเทศ เกือบทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยระดับปานกลาง มีเพียงประเด็นเดียวที่เห็นด้วยระดับมาก คือ โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศสามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างถูกต้อง (WMS. = 3.43, S.D. = 0.806) ที่เหลือเห็นด้วยระดับปานกลาง เรียงลำดับ ดังนี้ ขั้นตอนการยื่นคำขอซื้อเงินตราต่างประเทศจากลูกค้าไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.27, S.D. = 0.774) โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การขาย) ไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.21, S.D. = 0.825) ขั้นตอนการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวในทางการเงินเป็นรายเดือน สามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.20, S.D. = 0.818) โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศทำได้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว (WMS. = 3.13, S.D. = 0.810) และการบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว (WMS. = 3.00, S.D. = 1.044)

การซื้อเงินตราต่างประเทศ พนักงานเห็นด้วยระดับมากในประเด็นของ โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา สามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง (WMS. = 3.55, S.D. = 1.008) เห็นด้วยระดับน้อยในประเด็นของการมีอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการตรวจสอบธนบัตรปลอมที่มีประสิทธิภาพ (WMS. = 2.59, S.D. = 0.826) ที่เหลือเห็นด้วยระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ เอกสารคำขอเพื่อขายเงินตราต่างประเทศ มีความเหมาะสม (WMS. = 3.29, S.D. = 0.756) ขั้นตอนการนำเงินตราต่างประเทศไปขายให้กับธนาคารกรุงไทยมีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.29, S.D. = 0.756) โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การซื้อ) ไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.14, S.D. = 0.923) โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา ทำได้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว (WMS. = 2.88, S.D. = 1.145) และการบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว (WMS. = 2.86, S.D. = 1.167)

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ขั้นตอนการให้บริการ)

ขั้นตอนการให้บริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
การโอนเงินเงินด่วนผ่านระบบ Western union	3.53	0.684	มาก
การติดต่อกับระบบ Western union ทำให้รวดเร็วไม่ยุ่งยาก	3.61	0.755	มาก
ขั้นตอนการกรอกเอกสารการโอนเงิน ไม่ยุ่งยาก	3.50	0.809	มาก
ระยะเวลาในการติดต่อกับ สำนักการธนาคาร เพื่อยืนยันการโอนเงินไปต่างประเทศดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.48	0.738	มาก
การขายเงินตราต่างประเทศ	3.21	0.736	ปานกลาง
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศ สามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างถูกต้อง	3.43	0.806	มาก
ขั้นตอนการยื่นคำขอซื้อเงินตราต่างประเทศจากลูกค้าไม่ยุ่งยาก	3.27	0.774	ปานกลาง
โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การขาย) ไม่ยุ่งยาก	3.21	0.825	ปานกลาง
ขั้นตอนการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวในทางการเงินเป็นรายเดือน สามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก	3.20	0.818	ปานกลาง
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศ ทำให้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว	3.13	0.810	ปานกลาง
การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว	3.00	1.044	ปานกลาง
การซื้อเงินตราต่างประเทศ	3.10	0.755	ปานกลาง
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา สามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง	3.55	1.008	มาก
เอกสารคำขอเพื่อขายเงินตราต่างประเทศ มีความเหมาะสม	3.38	0.620	ปานกลาง
ขั้นตอนการนำเงินตราต่างประเทศไปขายให้กับธนาคารกรุงไทยมีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยาก	3.29	0.756	ปานกลาง
โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การซื้อ) ไม่ยุ่งยาก	3.14	0.923	ปานกลาง

ตาราง 15 (ต่อ)

ขั้นตอนการให้บริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา ทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว	2.88	1.145	ปานกลาง
การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว	2.86	1.167	ปานกลาง
มีอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการตรวจสอบธนบัตรปลอมที่มีประสิทธิภาพ	2.59	0.826	น้อย
รวม	3.28	0.631	ปานกลาง

จากตาราง 16 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.46, S.D. = 0.587)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากในเกือบทุกประเด็น เรียงตามลำดับดังนี้ สื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาสนใจใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.50, S.D. = 0.763) การประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทางจอ LCD สามารถทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ WMS. = 3.48, S.D. = 0.713) และการประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ (WMS. = 3.48, S.D. = 0.763) มีเพียงเรื่องเดียวที่พนักงานเห็นด้วยน้อย คือ สื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิธีให้พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการสามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.39, S.D. = 0.731)

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ)

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
สื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาสนใจ ใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3.50	0.763	มาก
การประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทางจอ LCD สามารถทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ	3.48	0.713	มาก
การประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทาง อินเทอร์เน็ตจะทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ	3.48	0.763	มาก
สื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิธีให้พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3.39	0.731	ปานกลาง
รวม	3.46	0.587	มาก

จากตาราง 17 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการมีผล
ต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.63, S.D. = 0.691)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากในเกือบทุก
ประเด็น เรียงตามลำดับดังนี้ จุคบริการมีป้ายบอกชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย (WMS. = 3.84,
S.D. = 0.781) รองลงมาคือ การจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือในการปฏิบัติงานช่วยให้สะดวกและ
คล่องตัวในการปฏิบัติงาน (WMS. = 3.82, S.D. = 0.834) มีบริเวณในการจัดเก็บเอกสารและสิ่งของ
ต่างๆ ง่ายในการหยิบใช้งาน (WMS. = 3.73, S.D. = 0.842) การจัด Lay out ของสถานที่ทำงานมี
ความสวยงาม (WMS. = 3.52, S.D. = 0.831) และ ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี
(ใกล้ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเขตเมืองที่มีผู้คนผ่านไปมา/มีการเดินทางไปมาสะดวก (WMS. =
3.50, S.D. = 0.953) มีเพียงเรื่องเดียวที่พนักงานเห็นด้วยระดับปานกลาง คือ มีที่จอดรถเพียงพอ
(WMS. = 3.39, S.D. = 1.003)

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายใน (ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ)

ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
จุดบริการมีป้ายบอกชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	3.84	0.781	มาก
การจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือในการปฏิบัติงานช่วยให้สะดวก และคล่องตัวในการปฏิบัติงาน	3.82	0.834	มาก
มีบริเวณในการจัดเก็บเอกสารและสิ่งของต่างๆ ง่ายในการ หยิบใช้งาน	3.73	0.842	มาก
การจัด Lay out ของสถานที่ทำงานมีความสวยงาม	3.52	0.831	มาก
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี (ใกล้ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเขตเมืองที่มีผู้คนผ่านไปมา/มีการ เดินทางไปมาสะดวก)	3.50	0.953	มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.39	1.003	ปานกลาง
รวม	3.63	0.691	มาก

จากตาราง 18 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าปัจจัยภายในมีผลต่อการ
ให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับปานกลาง โดย

ประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก ว่าเป็นเรื่องที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจ
ต่างประเทศ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ (WMS. = 3.63,
S.D. = 0.691) รองลงมาคือ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ (WMS. = 3.46, S.D. = 0.587)

ประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางว่าเป็นประเด็นที่มีผลต่อการ
ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ขั้นตอนการให้บริการ (WMS. = 3.28, S.D. =
0.631) ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT (WMS. = 3.23, S.D. = 0.671) และ
ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ (WMS. = 3.01, S.D. = 0.723)

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายในรวม

ปัจจัยภายใน	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ	3.63	0.691	มาก
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ	3.46	0.587	มาก
ขั้นตอนการให้บริการ	3.28	0.631	ปานกลาง
ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT	3.23	0.671	ปานกลาง
ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ	3.01	0.723	ปานกลาง
รวม	3.32	0.473	ปานกลาง

ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปัจจัยภายนอก ในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

จากตาราง 19 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าสภาพเศรษฐกิจมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.46, S.D. = 0.566)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากทุกประเด็น เรียงตามลำดับดังนี้ การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจมีผลกับปริมาณการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.89, S.D. = 0.731) การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลปริมาณการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.71, S.D. = 0.624) และ นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีผลกับปริมาณการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.64, S.D. = 0.672)

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก (สภาพเศรษฐกิจ)

สภาพเศรษฐกิจ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจมีผลกับปริมาณการให้บริการบริการ ธุรกิจต่างประเทศ	3.89	0.731	มาก
การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลปริมาณการให้บริการธุรกิจ ต่างประเทศ	3.71	0.624	มาก
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีผลกับปริมาณการ ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3.64	0.672	มาก
รวม	3.75	0.566	มาก

จากตาราง 20 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา
ต่างประเทศ มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.74, S.D. = 0.769)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากทุกประเด็น เรียง
ตามลำดับดังนี้ ค่าเงินบาทมีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.75, S.D. = 0.769)
และ ค่าเงินสกุลหลัก (ดอลลาร์) มีผลการกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.73, S.D. =
0.798)

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก (อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ)

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
ค่าเงินบาทมีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3.75	0.769	มาก
ค่าเงินสกุลหลัก (ดอลลาร์) มีผลการกับการให้บริการธุรกิจ ต่างประเทศ	3.73	0.798	มาก
รวม	3.74	0.769	มาก

จากตาราง 21 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าสถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.66, S.D. = 0.662)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากทุกประเด็นเรียงตามลำดับดังนี้ สถาบันการเงินอื่นที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชนมีผลในการใช้บริการของลูกค้า (WMS. = 3.98, S.D. = 0.769) สถาบันการเงินอื่น ที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า (WMS. = 3.66, S.D. = 0.745) ลูกค้ามีความเชื่อถือในการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศกับสถาบันการเงินอื่น (WMS. = 3.50, S.D. = 0.763) และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในตลาดมีผลต่อการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.48, S.D. = 0.874)

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก (สถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ)

สถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
สถาบันการเงินอื่นที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชนมีผลในการใช้บริการของลูกค้า	3.98	0.884	มาก
สถาบันการเงินอื่น ที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า	3.66	0.745	มาก
ลูกค้ามีความเชื่อถือในการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศกับสถาบันการเงินอื่น	3.50	0.763	มาก
การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในตลาดมีผลต่อการบริการธุรกิจต่างประเทศ	3.48	0.874	มาก
รวม	3.66	0.662	มาก

จากตาราง 22 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าปัจจัยภายนอกมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.72, S.D. = 0.568)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากทุกประเด็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ สภาพเศรษฐกิจ (WMS. = 3.75, S.D. = 0.566) รองลงมาคือ อัตราแลกเปลี่ยน

เงินตราต่างประเทศ (WMS. = 3.74, S.D. = 0.769) และ สถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.66, S.D. = 0.662)

สรุปได้ว่าตัวเลขที่ได้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกทั้ง 3 ปัจจัย พนักงานคิดเห็นว่ามีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมากด้วย (WMS. = 3.72)

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
สภาพเศรษฐกิจ	3.75	0.566	มาก
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.74	0.769	มาก
สถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3.66	0.662	มาก
รวม	3.72	0.568	มาก

จากตาราง 23 พบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นว่าปัจจัยรวม (ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก) มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.72, S.D. = 0.568) โดยเห็นได้ว่าปัจจัยภายนอกมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.72, S.D. = 0.568) และปัจจัยภายในมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับปานกลาง (WMS. = 3.32, S.D. = 0.473)

หากจะพิจารณาภาพรวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกต่างมีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ถึงแม้ว่าปัจจัยภายในจะมีผลระดับปานกลาง แต่ปัจจัยภายนอกมีผลระดับมาก แต่ทั้ง 2 ผลต่างมีผลรวมระดับมาก

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยรวม (ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก)

ปัจจัยรวม (ภายในและภายนอก)	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
ปัจจัยภายนอก	3.72	0.568	มาก
ปัจจัยภายใน	3.32	0.473	ปานกลาง
รวม	3.52	0.464	มาก

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าแยกออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ และด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ด้านพนักงาน

จากตาราง 24 พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านพนักงานระดับมากที่สุด (WMS. = 4.38, S.D. = 0.524)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุดทุกเรื่อง เรียงตามลำดับ ดังนี้ ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ (WMS. = 4.45, S.D. = 0.592) รองลงมาคือ ความพึงพอใจโดยรวมต่อ การปฏิบัติของพนักงาน (WMS. = 4.40, S.D. = 0.645) การให้ความช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า (WMS. = 4.40, S.D. = 0.621) ความถูกต้องในการให้บริการ (WMS. = 4.37, S.D. = 0.580) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ (WMS. = 4.29, S.D. = 0.714)

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านพนักงานผู้ให้บริการ

พนักงานผู้ให้บริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ	4.45	0.592	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวมต่อ การปฏิบัติงานของพนักงาน	4.40	0.645	มากที่สุด
การให้ความช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า	4.40	0.621	มากที่สุด
ความถูกต้องในการให้บริการ	4.37	0.580	มากที่สุด
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.29	0.714	มากที่สุด
รวม	4.38	0.524	มากที่สุด

ด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ

จากตาราง 25 พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจ
ต่างประเทศด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการระดับมากที่สุด (WMS. = 4.27, S.D. = 0.556)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุด ในประเด็น
ต่อไปนี้ การรักษาความสะอาดภายในอาคารสำนักงาน (WMS. = 4.39, S.D. = 0.625) รองลงมาคือ
ความสะดวกสบายภายในอาคารสำนักงาน (WMS. = 4.35, S.D. = 0.646) ความพึงพอใจโดยรวมต่อ
สภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ (WMS. = 4.34, S.D. = 0.676) ความสะดวกในการเดินทางไป
ติดต่อกับธนาคาร (WMS. = 4.34, S.D. = 0.654) และการดูแลรักษาความปลอดภัยภายในอาคาร
สำนักงาน (WMS. = 4.30, S.D. = 0.697)

ที่เหลือนักค้าพึงพอใจในระดับมาก คือ ความเพียงพอของจำนวนที่จัดเตรียม
เพื่อให้ลูกค้าที่นั่งรอรับบริการ (WMS. = 4.09, S.D. = 0.736) และ ความสะดวกของที่จอดรถ
(WMS. = 4.06, S.D. = 0.887)

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ

สภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
การรักษาความสะอาดภายในอาคารสำนักงาน	4.39	0.625	มากที่สุด
ความสะดวกสบายภายในอาคารสำนักงาน	4.35	0.646	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	4.34	0.676	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร	4.34	0.654	มากที่สุด
การดูแลรักษาความปลอดภัยภายในอาคารสำนักงาน	4.30	0.697	มากที่สุด
ความเพียงพอของที่นั่งรอรับบริการ	4.09	0.736	มาก
ความสะดวกของที่จอดรถ	4.06	0.887	มาก
รวม	4.27	0.556	มากที่สุด

ด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

จากตาราง 26 พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านอัตราค่าธรรมเนียมระดับมาก (WMS. = 4.10, S.D. = 0.688)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากทุกประเด็น คือ ค่าธรรมเนียมการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ (WMS. = 4.14, S.D. = 0.758) และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (WMS. = 4.07, S.D. = 0.706)

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
ค่าธรรมเนียมการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ	4.14	0.758	มาก
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.07	0.706	มาก
รวม	4.10	0.688	มาก

จากตาราง 27 พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมากที่สุด (WMS. = 4.25, S.D. = 0.500)

เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุดในด้านพนักงานผู้ให้บริการ (WMS. = 4.38, S.D. = 0.524) และด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ (WMS. = 4.27, S.D. = 0.556) ส่วนด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศลูกค้าพึงพอใจระดับมาก (WMS. = 4.10, S.D. = 0.688)

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจรวมของลูกค้าต่อการให้บริการ
ธุรกิจต่างประเทศ

ความพึงพอใจของลูกค้า	ค่าสถิติ		
	WMS.	S.D.	แปลผล
พนักงานผู้ให้บริการ	4.38	0.524	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	4.27	0.556	มากที่สุด
อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	4.10	0.688	มาก
รวม	4.25	0.500	มากที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ และความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ

ความคิดเห็นของพนักงานต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ

ความคิดเห็นของพนักงาน ต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการในด้าน
บุคลากร ด้านขั้นตอนการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความพร้อมและความพอเพียงของ
อุปกรณ์ IT และด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ

จากตาราง 28 พบว่า

ด้านบุคลากร พนักงานที่แสดงความเห็น เห็นว่าปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ
ด้านบุคลากร คือ บุคลากรขาดความชำนาญในการตรวจสอบ ธนบัตรสกุลเงินต่างประเทศ คิดเป็น
ร้อยละ 29.4 และขาดความชำนาญด้านภาษาต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 27.5

ด้านขั้นตอนการบริการ พนักงานที่แสดงความเห็น เห็นว่าปัญหาอุปสรรคในการ
ให้บริการด้านขั้นตอนการบริการ คือ บริการไม่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า เช่น ไม่มีเช็ก
เส้นทาง คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ ความล่าช้าในการออกใบเสร็จ คิดเป็นร้อยละ 19.6 เวลา
ให้บริการไม่เหมาะสม สอดคล้องกับลูกค้าทุกประเภท คิดเป็นร้อยละ 11.8 และระบบเข้าใจง่าย
สะดวก คิดเป็นร้อยละ 2.0

ด้านการประชาสัมพันธ์ พนักงานที่แสดงความเห็น เห็นว่าปัญหาอุปสรรคในการ
ให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง และไม่ครอบคลุม คิดเป็นร้อย
ละ 31.4 และขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 29.4

ด้านอุปกรณ์ IT พนักงานที่แสดงความเห็น เห็นว่าปัญหาอุปสรรคในการ
ให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ คือระบบไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น ช้า มีปัญหาในการใช้
งาน คิดเป็นร้อยละ 29.4 เครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 9.8 และ ไม่มีอุปกรณ์
ในการตรวจธนบัตร คิดเป็นร้อยละ 7.8

ด้านทำเลที่ตั้ง พนักงานที่แสดงความเห็น เห็นว่าปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ
ด้านการประชาสัมพันธ์ คือ จุดบริการลูกค้ามีน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.5 จุดบริการไม่เป็นเอกลักษณ์
ไม่เป็นสัดส่วน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม ไม่สะดวกในการใช้บริการ คิดเป็น
ร้อยละ 7.8

ตาราง 28 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน

ความคิดเห็น	จำนวน (n= 51)	ร้อยละ
ด้านบุคลากร		
ไม่แสดงความเห็น	22	43.1
ขาดความชำนาญด้านภาษาต่างประเทศ	15	29.4
ขาดความชำนาญในการตรวจสอบธนบัตรสกุลเงินต่างประเทศ	14	27.5
ด้านขั้นตอนการบริการ		
ไม่แสดงความเห็น	19	37.3
บริการไม่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า เช่น เช็คเดินทาง	15	29.4
ความล่าช้าในการออกใบเสร็จ	10	19.6
เวลาให้บริการ ไม่เหมาะสม สอดคล้องกับลูกค้าทุกประเภท	6	11.8
ระบบเข้าใจง่าย สะดวก	1	2.0
ด้านการประชาสัมพันธ์		
ไม่แสดงความเห็น	20	39.2
การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง และไม่ครอบคลุม	16	31.4
ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ	15	29.4
ด้านความพร้อมและความเพียงพอของอุปกรณ์ IT		
ไม่แสดงความเห็น	21	41.2
ระบบไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น ช้า มีปัญหาในการใช้งาน	15	29.4
ระบบ และเครื่องมือต่าง ๆ พร้อมดี	6	11.8
เครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องล้าสมัย	5	9.8
ไม่มีอุปกรณ์ในการตรวจสอบธนบัตร	4	7.8
ด้านทำเลที่ตั้ง		
ไม่แสดงความเห็น	23	45.1
จุดบริการลูกค้ามีน้อย	13	25.5
จุดบริการไม่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เป็นสัดส่วน	11	21.6
ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม ไม่สะดวกในการใช้บริการ	4	7.8

ความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ

เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า ในด้าน บุคลากร ด้านการบริการ ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็น

จากตาราง 29 พบว่า ลูกค้าให้ความคิดเห็นในแต่ละด้านดังนี้

ด้านบุคลากร เห็นว่า บุคลากรมีการให้บริการดี สุภาพ ร้อยละ 20.5 บุคลากรให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาลูกค้าเฉพาะหน้าดี ร้อยละ 2.8 และ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง ร้อยละ 1.8

ด้านการบริการ เห็นว่า มีการบริการดี รวดเร็วถูกต้องแม่นยำ ร้อยละ 30.3 และ ให้คำแนะนำดี ร้อยละ 0.7

ด้านสถานที่ เห็นว่า สะอาด เรียบร้อย พื้นที่เหมาะสม มองเห็นง่าย ร้อยละ 24.9

ด้านผลิตภัณฑ์ เห็นว่าเหมาะสม เพียงพอกับความต้องการ ร้อยละ 14.8

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ความคิดเห็น	จำนวน (n=277)	ร้อยละ
ด้านบุคลากร		
ไม่แสดงความคิดเห็น	207	74.7
บริการดี สุภาพ	57	20.5
ให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาลูกค้าเฉพาะหน้าดี	8	2.8
มนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง	5	1.8
ด้านการบริการ		
ไม่แสดงความคิดเห็น	191	69.0
การบริการดี รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ	84	30.3
ให้คำแนะนำดี	2	0.7
ด้านสถานที่		
ไม่แสดงความคิดเห็น	208	75.1
สะอาด เรียบร้อย พื้นที่เหมาะสม มองเห็นง่าย	69	24.9

ตาราง 29 (ต่อ)

ความคิดเห็น	จำนวน (n=277)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์		
ไม่แสดงความคิดเห็น	236	85.2
เหมาะสม เพียงพอกับความต้องการ	41	14.8

ปัญหา

จากตาราง 30 พบว่า ลูกค้าประสบปัญหาในการใช้บริการในแต่ละด้านดังนี้
ด้านการบริการ ปัญหาคือ จำนวนเงินสกุลที่ให้บริการมีน้อย และให้บริการล่าช้า
เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ด้านสถานที่ ปัญหาคือ สถานที่คับแคบ ร้อยละ 5.8 สาขาให้บริการน้อย ร้อยละ 2.5
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และหายาก ไม่มีจุดเด่น เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาคือ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการมีน้อยไม่ครอบคลุม ร้อยละ 7.2

ตาราง 30 จำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ปัญหา	จำนวน (n=277)	ร้อยละ
ด้านบุคลากร		
ไม่แสดงความคิดเห็น	277	100.0
ด้านการบริการ		
ไม่แสดงความคิดเห็น	269	97.2
จำนวนเงินสกุลที่ให้บริการมีน้อย	4	1.4
ให้บริการล่าช้า	4	1.4
ด้านสถานที่		
ไม่แสดงความคิดเห็น	250	90.3
สถานที่คับแคบ	16	5.8
สาขาให้บริการน้อย	7	2.5
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	2	0.7
หายาก ไม่มีจุดเด่น	2	0.7

ตาราง 30 (ต่อ)

ปัญหา	จำนวน (n=277)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์		
ไม่แสดงความคิดเห็น	257	92.8
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการมีน้อยไม่ครอบคลุม	20	7.2

ข้อเสนอแนะ

จากตาราง 31 พบว่า ลูกค้าให้ข้อเสนอแนะ คือ เพิ่มจำนวนพนักงาน ร้อยละ 10.1 และเพิ่มตู้ ATM ร้อยละ 1.4

ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบุคลากร		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	249	89.9
เพิ่มจำนวนพนักงาน	28	10.1
ด้านการบริการ		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	277	100.0
ด้านสถานที่		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	277	100.0
ด้านผลิตภัณฑ์		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	273	98.6
เพิ่มตู้ ATM	4	1.4

ตอนที่ 5 แนวทางในการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ด้านพนักงาน

1. พนักงาน ปฏิบัติงานด้านการเงินเฉลี่ย 6.7 ปี ซึ่งประสบการณ์ยังมีน้อย ดังนั้น ควรมีการฝึกอบรม หรือสัมมนาพนักงาน ให้เกิดความชำนาญอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบการฝึกอบรมให้มีการปฏิบัติจริง เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ได้อย่างดี นอกจากนี้ ในส่วนงานควรมีพนักงานอาวุโสที่มีความชำนาญอย่างน้อย 1 ท่านเพื่อเป็นบุคลากรหลักในการปฏิบัติงาน

2. ปัจจัยภายในด้านความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ พบว่า ทุกเรื่อง พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดย

2.1 เรื่องที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต่ำสุด คือ เรื่องการตรวจสอบ (ตรวจเช็ค) ธนบัตรปลอมของสกุลเงินต่าง ๆ

นอกจากนี้ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากร พนักงานยังเห็นว่าปัญหา คือ บุคลากรขาดความชำนาญด้านภาษาต่างประเทศ และการตรวจธนบัตร ซึ่งสอดคล้องกัน ฉะนั้น ควรฝึกอบรมให้ความรู้พนักงานให้รู้จักเงินสกุลต่าง ๆ ที่ให้บริการ พร้อมทั้ง วิธีการสังเกตความผิดปกติของธนบัตร และให้มีการทดสอบความสามารถในการตรวจสอบธนบัตรอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อกระตุ้นพนักงานให้เกิดการเรียนรู้ เพราะ หากเกิดความผิดพลาดย่อมจะเกิดความเสียหายต่อธนาคารโดยตรง และแม้ว่าจะนำเครื่องตรวจธนบัตรมาใช้ในการปฏิบัติงานก็ไม่ควรจะละเลยการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับธนบัตร เพราะหากเครื่องเกิดปัญหา ก็สามารถตรวจสอบได้ด้วยตนเอง

2.2 นอกจากนี้ เรื่องที่จะต้องพิจารณาเช่นกัน คือ ทักษะด้านการดำเนินการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ ฉะนั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอนที่ถูกต้องรวดเร็ว ควรจัดให้มีการสอบเรื่องที่เกี่ยวข้องเป็นประจำอย่างน้อยทุก 3 เดือน เพื่อเป็นการทบทวนความรู้ความเข้าใจและเป็นการสร้างศักยภาพให้กับพนักงาน

3. ปัจจัยภายในด้านความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT พบว่า มีเพียงประเด็นความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เท่านั้นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก ส่วนประเด็นอื่น ๆ พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดย ประเด็น ระบบออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้

อย่างรวดเร็ว โปรแกรม Soft ware ที่ใช้มีความสมบูรณ์ ง่ายต่อการปฏิบัติงาน และความเพียงพอของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ระบบ และเครื่องมือยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นที่ให้บริการเงินตราต่างประเทศได้ ฉะนั้น ควรมีการสำรวจเครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัยรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบอินเตอร์เน็ต ซึ่งเป็นระบบหลักในการทำธุรกรรม เพราะยิ่งระบบมีศักยภาพสูง ย่อมจะทำให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นการลดต้นทุนการใช้นวัตกรรมในระยะยาวด้วย

4. ปัจจัยภายในด้านขั้นตอนการให้บริการ

4.1 การซื้อเงินตราต่างประเทศ พบว่า มีเพียงประเด็นเดียวที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก คือ โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา สามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ส่วนประเด็นที่เหลือพนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางและน้อย โดย

4.1.1 ประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับน้อย คือ มีอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการตรวจสอบธนบัตรปลอมที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้จากความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค พนักงานให้ความเห็นว่าปัญหาอุปสรรค คือ ไม่มีอุปกรณ์ตรวจสอบธนบัตร ซึ่งมีความสอดคล้องกัน ฉะนั้น ควรมีอุปกรณ์เครื่องมือในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องตรวจสอบธนบัตรปลอม และอุปกรณ์ง่าย เช่น ปากกาตรวจสอบธนบัตรปลอม เป็นต้น ควบคู่กับการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากความตั้งใจและไม่ตั้งใจ

4.1.2 ประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง ที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตราทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การซื้อ) ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนการนำเงินตราต่างประเทศไปขายให้กับธนาคารกรุงไทยมีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยาก และเอกสารคำขอเพื่อขายเงินตราต่างประเทศมีความเหมาะสม

นอกจากนี้ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ด้านขั้นตอนบริการ พนักงานยังเห็นว่าปัญหา คือ การบริการที่ยังมีความล่าช้าในการออกใบเสร็จ จากความเห็นดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าระบบโปรแกรมที่นำมาใช้ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ สอดคล้องกับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคว่า ระบบไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการใช้งาน เครื่องมือล้าสมัย ดังนั้น ควรที่จะตรวจสอบระบบ

โปรแกรมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งพิจารณาขั้นตอนต่าง ๆ ที่ปฏิบัติว่า ขั้นตอนใดสามารถตัดทอนได้บ้าง เพื่อลดขั้นตอน เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการให้บริการ

4.1.3 การขายเงินตราต่างประเทศ พบว่า มีเพียงประเด็นเดียวที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก คือ โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศสามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างถูกต้อง ส่วนที่เหลือเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดย การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว ขั้นตอนการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวในทางการเงินเป็นรายเดือนสามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การขาย) ไม่ยุ่งยาก และขั้นตอนการยื่นคำขอซื้อเงินตราต่างประเทศจากลูกค้าไม่ยุ่งยาก หากพิจารณาในเรื่องของการซื้อเงินตราต่างประเทศ และการขายเงินตราต่างประเทศ จะเห็นว่า ทั้ง 2 กิจกรรมมีความคล้ายคลึงกัน ฉะนั้น ควรพิจารณาที่ระบบโปรแกรม และขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อพัฒนา ปรับปรุง หรือปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ จากความเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ซึ่งพบปัญหาคือ ไม่มีการให้บริการเช็คเดินทาง ซึ่งผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการ ฉะนั้น ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ในส่วนของการเช็คเดินทาง หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

5. ปัจจัยภายในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ พบว่า เกือบทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยในระดับมาก มีเพียงประเด็นเดียวที่เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ สื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิธีให้พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการสามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ จากความคิดเห็นดังกล่าว อาจเป็นไปได้ว่าพนักงานที่ให้บริการเฉพาะด้านมีจำนวนน้อย หากปฏิบัติหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์งานบริการด้วย อาจจะทำให้การปฏิบัติงานไม่เต็มประสิทธิภาพ ฉะนั้น ควรจัดจ้างบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่แนะนำให้บริการแก่ลูกค้าในทุกบริการ ไม่เจาะจงเฉพาะบริการใดบริการหนึ่ง รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ใบปลิว ซึ่งลูกค้าให้ความเห็นว่าเป็นสื่อที่ดีที่สุด

นอกจากนี้จากความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค พบว่า การประชาสัมพันธ์ยังขาดประสิทธิภาพ ไม่ต่อเนื่องและไม่ครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ฉะนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมุ่งเน้นการรับรู้ของประชาชน ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้ง อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

6. ปัจจัยภายในด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ พบว่า เกือบทุกประเด็นพนักงาน เห็นด้วยในระดับมาก มีเพียงประเด็นเดียวที่เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ที่จอดรถเพียงพอ

นอกจากนี้จากความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ยังพบปัญหา คือ จุดบริการไม่เป็นสัดส่วน มีน้อย และไม่เหมาะสม ฉะนั้น ในเรื่องของจุดบริการควรมีการจัดให้เป็นสัดส่วน เห็นชัดเจน และเพิ่มจุดบริการให้มากขึ้น ส่วนที่จอดรถนั้น ควรใช้วิธีการเช่าพื้นที่ เพื่อเป็นที่จอดรถของลูกค้า

7. ปัจจัยภายนอกด้านสภาพเศรษฐกิจมีผลต่อปริมาณการให้บริการธุรกิจ ต่างประเทศ พบว่า ทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ปัจจัยภายนอกด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมากทุกประเด็น คือ ค่าเงินบาท และค่าเงินสกุลหลัก (ดอลลาร์) ปัจจัยภายนอกด้านสถาบันการเงินที่ให้บริการธุรกิจ ต่างประเทศมีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมากทุกประเด็น คือ ทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชน การประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า ความเชื่อถือของลูกค้า และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในตลาดมืด ซึ่งปัจจัยภายนอกที่กล่าวมาข้างต้น เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฉะนั้น ในสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น ๆ จะต้องสร้างจุดเด่นในผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง รวมทั้งการบริการที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาอย่างยิ่ง อัตราค่าธรรมเนียม รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านความรู้ความชำนาญ บุคลิกภาพของพนักงาน การขยายจุดบริการไปยังย่านชุมชน การใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดบริการ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งข้อเสนอแนะธุรกิจที่เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ

ด้านลูกค้า

1. ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการขายเงินตราต่างประเทศในสกุลดอลลาร์สหรัฐ ในจำนวนเฉลี่ย 3,727.81 หน่วย โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ เห็นจากป้ายโฆษณาหรือแผ่นพับ และการบอกเล่า นอกจากนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้าเห็นว่าได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ป้ายโฆษณา แผ่นผ้า และ เอกสารสิ่งพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับหรือโบชัวร์ ดังนั้น ควรประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น ใบปลิว แผ่นพับ หรือโบชัวร์ อินเทอร์เน็ต หรือ โทรศัพท์ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายนิยม

2. จุดบริการที่ลูกค้านิยมใช้บริการ คือ ธนาคารใกล้บ้าน และ ธนาคารพาณิชย์ ฉะนั้น จึงเป็นโอกาสของ ธ.ก.ส. ที่จะขยายจุดบริการให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งแหล่งชุมชนย่านการค้า หรือแหล่งท่องเที่ยว

3. ความพึงพอใจของลูกค้าด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ แม้จะเรื่อง ส่วนใหญ่ลูกค้าจะพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่มีบางประเด็นที่ลูกค้าพึงพอใจในระดับมาก คือ ความเพียงพอของจำนวนที่นั่ง ที่นั่งรอรับบริการ และความสะอาดของที่จอดรถ

นอกจากนี้จากข้อเสนอแนะของลูกค้า ซึ่งเห็นว่า สถานที่คับแคบ สาขาที่ให้บริการมีน้อย สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และหายาก ฉะนั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า สูงสุด ควรเตรียมความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ เช่น เพิ่มจำนวนที่นั่ง จัดน้ำดื่ม หรือ หนังสือพิมพ์ ทิว รวมทั้งเช่าสถานที่จอดรถบริเวณใกล้เคียง ส่วนด้านความคับแคบของสถานที่ อาจจะปรับปรุงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องใหม่ให้เป็นสัดส่วน และตกแต่งอาคารสถานที่เพื่อให้มีพื้นที่ใช้สอย ที่เหมาะสม เช่น ชัด

4. ความพึงพอใจของลูกค้าด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก ทั้งค่าธรรมเนียมการโอนเงินผ่านระบบ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ฉะนั้น ควรมีการสำรวจการคิดค่าธรรมเนียมบริการจากสถาบันการเงินที่ให้บริการเงินตรา ต่างประเทศ รวมทั้งการคิดค่าธรรมเนียมในตลาดมืด เพื่อหาอัตราค่าบริการที่เหมาะสม สอดคล้อง กับสภาพการของหน่วยงาน และภาวะเศรษฐกิจ เพื่อมุ่งใจให้ผู้ใช้บริการใช้บริการกับ ธ.ก.ส. มาก ขึ้น

5. ความคิดเห็นของลูกค้าด้านบุคลากรบางส่วนเห็นว่า พนักงานมีจำนวนน้อย ควรเพิ่มจำนวนพนักงาน ดังนั้น ควรพิจารณาความหนาแน่นในการให้บริการในแต่ละช่วงวันเวลา และกำหนดหรือจัดเตรียมพนักงานให้สอดคล้องเหมาะสมกับปริมาณการให้บริการของลูกค้า

6. ความคิดเห็นของลูกค้าด้านการบริการบางส่วนเห็นว่า การให้บริการยังล่าช้า และสกุลเงินที่ให้บริการมีน้อย ไม่ครอบคลุม และควรเพิ่มตู้ ATM ฉะนั้น ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้ หลากหลาย และครอบคลุมเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้น ทั้งนี้ ควรมีการสำรวจข้อมูลกับสถาบัน การเงินที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ สำหรับ ความล่าช้านั้น ควรตรวจสอบปัญหาความล่าช้าของการให้บริการว่าเนื่องจากสาเหตุใด เช่น ความเร็วของระบบอินเตอร์เน็ต ประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง หรือขั้นตอนการ ให้บริการมีมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น เป็นต้น เพื่อจะได้แก้ไขปัญหาก็ได้ถูกต้อง เช่น ปรับเปลี่ยนระบบ อินเตอร์เน็ตให้มีความเร็วมากขึ้น ปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัยเหมาะสม และ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานบางอย่าง เป็นต้น รวมทั้งจุดบริการ ATM เพิ่มขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการในธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และศึกษาแนวทางในการพัฒนาผู้รับบริการ ธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน และข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า รวมทั้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน

พนักงาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 94.1 อายุเฉลี่ย 33.07 ปี สูงสุด 48 ปี และต่ำสุด 23 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 92.2 จบสาขาการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 29.4 ปฏิบัติงานในธนาคารมาแล้วเฉลี่ย 7.55 ปี สูงสุด 27 ปี และต่ำสุด 1 ปี และปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานการเงินมาแล้วเฉลี่ย 6.70 ปี สูงสุด 21 ปี และต่ำสุด 1 ปี

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ลูกค้าเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.3 อายุเฉลี่ย 37.20 ปี สูงสุด 70 ปี และต่ำสุด 17 ปี ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 63.5

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้า

สำหรับการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ พบว่า ลูกค้าใช้บริการขายเงินตราต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 ชำระเงินโดยใช้ธนบัตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.0 สกุลเงินที่ให้บริการมากที่สุด คือ สกุลดอลลาร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งให้บริการเฉลี่ย 3,727.81 หน่วย สูงสุด 30,000 หน่วย และต่ำสุด 12 หน่วย เหตุผลที่เลือกใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ คือ เห็นจากป้ายโฆษณาหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 61.0 และการบอกปากต่อปากจาก

เพื่อน ครอบครัว ญาติ หรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.2 จุดบริการที่ถูกค่านิยมใช้บริการ ได้แก่ ธนาคารใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 69.7 และ ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 44.4 และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ถูกค่าเห็นว่าได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ป้ายโฆษณา แผ่นผ้า คิดเป็นร้อยละ 48.4 และ เอกสารสิ่งพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับหรือโบชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

พนักงาน เห็นด้วยในระดับมาก (WMS. = 3.52, S.D. = 0.464) กับปัจจัยรวมในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า พนักงานเห็นด้วยกับปัจจัยภายนอกในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก (WMS. = 3.72, S.D. = 0.568) ส่วนปัจจัยภายในเห็นด้วยในระดับปานกลาง (WMS. = 3.32, S.D. = 0.473)

ปัจจัยภายใน

เมื่อพิจารณาปัจจัยภายในแต่ละด้านพบว่า พนักงานเห็นด้วยกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ (WMS. = 3.32, S.D. = 0.473) รองลงมาคือ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ (WMS. = 3.46, S.D. = 0.587) ส่วนปัจจัยที่เหลือพนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ขั้นตอนการให้บริการ (WMS. = 3.28, S.D. = 0.631) อุปกรณ์ IT (ความเพียงพอและความพร้อม) (WMS. = 3.23, S.D. = 0.671) และความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ (WMS. = 3.01, S.D. = 0.723) โดย

ปัจจัยภายในด้านความสามารถของพนักงาน พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางทุกประเด็น โดยประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางและมีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด คือ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ (WMS. = 3.04, S.D. = 0.602) และทักษะด้านการดำเนินการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.04, S.D. = 0.990)

ปัจจัยภายในด้านความเพียงพอและความพร้อมอุปกรณ์ IT ประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก คือ ความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (WMS. = 3.73, S.D. = 0.751) ที่เหลือเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ปัจจัยภายในด้านขั้นตอนการให้บริการ ประกอบด้วย การซื้อ-ขายเงินตราต่างประเทศ และการโอนเงินผ่านระบบ Western Union พบว่า

1. ขั้นตอนการโอนเงินผ่านระบบ Western Union เป็นขั้นตอนที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก (WMS. = 3.53, S.D. = 0.684) โดยทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดต่อกับระบบ Western union ทำให้รวดเร็วไม่ยุ่งยาก (WMS. = 3.61, S.D. = 0.755)

2. ขั้นตอนการซื้อเงินตราต่างประเทศ พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง (WMS. = 3.21, S.D. = 0.736) โดยประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก คือ โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตราสามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง (WMS. = 3.55, S.D. = 1.008) ส่วนประเด็นที่เหลือนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง ยกเว้น ประเด็นมีอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการตรวจสอบธนบัตรปลอมที่มีประสิทธิภาพพนักงานเห็นด้วยในระดับน้อย

3. ขั้นตอนการขายเงินตราต่างประเทศ พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง (WMS. = 3.10, S.D. = 0.755) โดยประเด็นที่พนักงานเห็นด้วยในระดับมาก คือ โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศสามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างถูกต้อง (WMS. = 3.43, S.D. = 0.806) ส่วนประเด็นที่เหลือนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ปัจจัยภายในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ เกือบทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาสนใจใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.50, S.D. = 0.763) มีเพียงประเด็นเดียวที่พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ สื่อประชาสัมพันธ์โดยวิธีให้พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการสามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.39, S.D. = 0.731)

ปัจจัยภายในด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ เกือบทุกประเด็นพนักงานเห็นด้วยในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดบริการมีป้ายบอกชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย (WMS. = 3.84, S.D. = 0.781) มีเพียงประเด็นเดียวที่พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ มีที่จอดรถเพียงพอ (WMS. = 3.39, S.D. = 1.003)

ปัจจัยภายนอก

เมื่อพิจารณาปัจจัยภายนอกแต่ละด้านพบว่า พนักงานเห็นด้วยในระดับมากกับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สภาพเศรษฐกิจ (WMS. = 3.75, S.D. = 0.566) รองลงมาคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (WMS. = 3.74, S.D. = 0.769) และสถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.66, S.D. = 0.662) โดย

ปัจจัยภายนอกด้านสภาพเศรษฐกิจ พนักงานเห็นด้วยในระดับมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด คือ การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจมีผลกับปริมาณการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.89, S.D. = 0.731) รองลงมาคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลปริมาณการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.71, S.D. = 0.624) และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีผลกับปริมาณการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.64, S.D. = 0.672)

ปัจจัยภายนอกด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ พนักงานเห็นด้วยในระดับมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด คือ ค่าเงินบาทมีผลกับการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.75, S.D. = 0.769) และ ค่าเงินสกุลหลัก (ดอลลาร์) มีผลกับการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.73, S.D. = 0.798)

ปัจจัยภายนอกด้านสถาบันการเงินที่ให้ให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ พนักงานเห็นด้วยในระดับมากทุกประเด็น โดยประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด คือ สถาบันการเงินอื่นที่ให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศมีทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชนมีผลในการใช้บริการของลูกค้า (WMS. = 3.98, S.D. = 0.884) รองลงมาคือ สถาบันการเงินอื่น ที่มีการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า (WMS. = 3.66, S.D. = 0.745) ลูกค้ามีความเชื่อถือในการใช้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศกับสถาบันการเงินอื่น (WMS. = 3.50, S.D. = 0.763) และ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในตลาดมีผลต่อการบริการบริการธุรกิจต่างประเทศ (WMS. = 3.48, S.D. = 0.874)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า

ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศในระดับมากที่สุด มาก (WMS. = 4.25, S.D. = 0.500) โดยลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศระดับมากที่สุดในด้านพนักงานผู้ให้บริการ (WMS. = 4.38, S.D. = 0.524) และด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ (WMS. = 4.27, S.D. = 0.556) ส่วนด้านค่าธรรมเนียมการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศพึงพอใจในระดับมาก (WMS. = 4.10, S.D. = 0.688) โดย

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุดทุกประเด็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นความกระตือรือร้นเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ (WMS. = 4.45, S.D. = 0.592) ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด ส่วนประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต่ำสุด คือ ประเด็นของความรวดเร็วในการให้บริการ (WMS. = 4.29, S.D. = 0.714)

ด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุดเกือบทุกประเด็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการรักษาความสะอาดภายในอาคารสำนักงาน (WMS. = 4.39, S.D. = 0.625) ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด มีเพียงประเด็นของความเพียงพอของที่นั่งรอรับบริการ (WMS. = 4.09, S.D. = 0.736) และความสะดวกของที่จอดรถ (WMS. = 4.06, S.D. = 0.887) ที่ลูกค้าพึงพอใจในระดับมาก

ด้านอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ลูกค้าพึงพอใจระดับมากทุกประเด็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นค่าธรรมเนียมการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ (WMS. = 4.14, S.D. = 0.758)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ และความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้า

ความคิดเห็นของพนักงานต่อปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ

พนักงานเห็นว่าปัญหาอุปสรรคในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศในแต่ละด้านมีดังนี้

1. ด้านบุคลากร พนักงานเห็นว่าบุคลากรยังขาดความชำนาญด้านภาษาต่างประเทศ และขาดความชำนาญในการตรวจสอบธนบัตรสกุลเงินต่างประเทศ
2. ด้านขั้นตอนการบริการ พนักงานเห็นว่าบริการไม่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า เช่น ไม่มีเช็คเดินทาง ความล่าช้าในการออกใบเสร็จ และ เวลาให้บริการไม่เหมาะสมสอดคล้องกับลูกค้าทุกประเภท
3. ด้านการประชาสัมพันธ์ พนักงานเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง และไม่ครอบคลุม และ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ
4. ด้านความพร้อมและความพอเพียงของอุปกรณ์ IT พนักงานเห็นว่า ระบบไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น ช้า มีปัญหาในการใช้งาน เครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องล้าสมัย และไม่มีอุปกรณ์ในการตรวจธนบัตร
5. ด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ พนักงานเห็นว่า จุดบริการลูกค้ามีน้อย จุดบริการไม่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เป็นสัดส่วน และทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม ไม่สะดวกในการใช้บริการ

ความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าผู้รับบริการเกี่ยวกับการบริการ ธุรกิจต่างประเทศ

ลูกค้าให้ความเห็นในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านบุคลากร เห็นว่า บุคลากรมีการให้บริการดี สุภาพ ให้คำแนะนำและแก้ไข
ปัญหาเฉพาะหน้าดี และ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเอง
 2. ด้านการบริการ เห็นว่า มีการบริการดี รวดเร็วถูกต้องแม่นยำ และ ให้
คำแนะนำดี
 3. ด้านสถานที่ เห็นว่า สะอาด เรียบร้อย พื้นที่เหมาะสม มองเห็นง่าย
 4. ด้านผลิตภัณฑ์ เห็นว่าเหมาะสม เพียงพอกับความต้องการ
- ลูกค้าประสบปัญหาในการใช้บริการ ดังนี้

1. ด้านการบริการ ปัญหาคือ จำนวนเงินสกุลที่ให้บริการมีน้อย และให้บริการ
ล่าช้า
2. ด้านสถานที่ ปัญหาคือ สถานที่คับแคบ สาขาให้บริการน้อย สถานที่จอดรถไม่
เพียงพอ หายาก และ ไม่มีจุดเด่น
3. ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาคือ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการมีน้อยไม่ครอบคลุม
ลูกค้าเสนอแนะว่า ควรเพิ่มจำนวนพนักงาน และเพิ่มตู้ ATM

ตอนที่ 5 แนวทางการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร

แนวทางการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและ
สหกรณ์การเกษตร มีดังนี้

ด้านพนักงาน

ควรมีการฝึกอบรม หรือสัมมนาพนักงานในด้านการปฏิบัติงาน ความรู้เกี่ยวกับ
ธนบัตรให้เกิดความชำนาญอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปรับเปลี่ยนรูปแบบการฝึกอบรมให้มีการปฏิบัติ
จริง และให้มีการทดสอบความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือทุก ๆ 3 เดือน เพื่อ
พัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ในส่วนงานควรมีพนักงานอาวุโสที่มีความชำนาญอย่าง
น้อย 1 ท่าน เพื่อดูแลความเรียบร้อยและให้คำปรึกษาแก่รุ่นน้อง

ด้านเครื่องมืออุปกรณ์

1. ควรมีการสำรวจเครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัยรวดเร็ว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน พร้อมทั้งตรวจสอบระบบโปรแกรมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และง่ายต่อการให้บริการ
2. ควรมีอุปกรณ์เครื่องมือในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย หรือ อุปกรณ์เล็ก ๆ เช่น เครื่องตรวจธนบัตรปลอม หรือ ปากกาตรวจธนบัตรปลอม เป็นต้น ควบคู่กับการฝึกอบรมพนักงาน

ด้านขั้นตอนการบริการ

1. ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย และครอบคลุมเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้น ทั้งนี้ ควรมีการสำรวจข้อมูลกับสถาบันการเงินที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ
2. ควรตรวจสอบปัญหาความล่าช้าที่เกิดขึ้นว่าเนื่องจากสาเหตุจากระบบโปรแกรม เครื่องมือ บุคลากร หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อการพัฒนาปรับปรุงที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งพิจารณาความหนาแน่นในการใช้บริการ และยืดหยุ่นจำนวนพนักงานในแต่ละช่วงเวลาให้สอดคล้องเหมาะสมกับปริมาณการให้บริการของลูกค้า

ด้านภาพลักษณ์

ควรมีการจัดจุดบริการให้เป็นสัดส่วน เห็นชัดเจน และเพิ่มจุดบริการให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในห้างสรรพสินค้า รวมทั้งแหล่งชุมชนย่านการค้า หรือแหล่งท่องเที่ยวและเช่าพื้นที่จอดรถ นอกจากนี้ ควรเตรียมความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ เช่น เพิ่มจำนวนที่นั่ง จัดน้ำดื่ม หรือหนังสือพิมพ์ ทิว รวมทั้งการปรับปรุงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องใหม่ให้เป็นสัดส่วน และตกแต่งอาคารสถานที่เพื่อให้มีพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสม

ด้านการประชาสัมพันธ์

ควรจัดจ้างบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่แนะนำให้บริการแก่ลูกค้าในทุกบริการ รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ใบปลิว และควรใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่องมุ่งเน้นการรับรู้ของประชาชน ผ่านสื่อต่าง ๆ

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น ๆ จะต้องสร้างจุดเด่นในผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง รวมทั้งการบริการที่ดีกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราค่าธรรมเนียม รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านความรู้ความชำนาญ บุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการ การขยายจุดบริการไปยังย่านชุมชน การใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดบริการ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งข้อเสนอด้านธุรกิจที่เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ

2. ควรมีการสำรวจการคิดค่าธรรมเนียมบริการจากสถาบันการเงินที่ให้บริการเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งการคิดค่าธรรมเนียมในตลาดมืด เพื่อหาอัตราค่าบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพการของหน่วยงาน และภาวะเศรษฐกิจ เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการใช้บริการกับ ธ.ก.ส. มากขึ้น

ด้านอื่น ๆ

สภาพเศรษฐกิจ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และสถาบันการเงินที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ฉะนั้น ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับลักษณะของสภาพเศรษฐกิจ เช่น ดำเนินธุรกิจร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยการลดอัตราค่าธรรมเนียมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้แก่นักท่องเที่ยวที่ซื้อทัวร์กับบริษัทร่วมค้ากับธนาคาร หรือการส่งเสริมการขายโดยการสะสมยอดสำหรับชาวไทย หรือการให้ข้อเสนอที่เหมาะสมกับการค้าของแต่ละบริษัท เป็นต้น นอกจากนี้ อาจมีหน่วยบริการเคลื่อนที่ไปยังแหล่งชุมชนต่าง ๆ หรือย่านการค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งหน่วยบริการเคลื่อนที่ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ได้ไปในทุกที่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

การบริการธุรกิจต่างประเทศ เป็นบริการใหม่ที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ได้ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของลูกค้า และประชาชนทั่วไปในการใช้บริการ โอนเงินต่างประเทศ และแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ในพื้นที่ใกล้บ้านทั่วประเทศ ซึ่งการเปิดให้บริการธุรกิจต่างประเทศเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจกับสถาบันการเงินอื่น ๆ และเป็นการเพิ่มรายได้เพื่อเสริมสร้างสถานะความมั่นคง ก่อให้เกิด

ภาพลักษณ์ที่ดีของการดำเนินงานสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร นอกจากนี้ยังเป็นการได้ใช้ความพร้อมของทรัพยากรบุคคล และเครือข่ายการดำเนินงาน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กล่าวคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีสาขาและหน่วยอำเภอ ตลอดจนพนักงานที่พร้อมในการปฏิบัติงานในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งจากการเปิดดำเนินธุรกิจที่ผ่านมากิจการยังไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายที่ดี จึงต้องหาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งการได้มาซึ่งแนวทางที่เหมาะสมจะต้องทราบถึงลักษณะการบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งทราบความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งจากความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับธุรกิจการบริการต่างประเทศอาจกล่าวได้ว่า โดยภาพรวมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีการดำเนินงานที่เหมาะสมในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของวรพันธ์ สุจิตโต (2548) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานสายงานสารสนเทศและสื่อสาร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อการให้บริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ ซึ่งพบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อการให้บริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ

แต่ผลการศึกษาโดยภาพรวมของการให้บริการธุรกิจต่างประเทศขัดแย้งกับการศึกษาของฤทธิไกร เอื้อถาวรพิพัฒน์ (2546) ที่ศึกษาการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงานตามความคิดเห็นของพนักงาน สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคกลาง จังหวัดชลบุรีซึ่งพบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นด้วยในระดับมากในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงาน สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคกลาง จังหวัดชลบุรี ขัดแย้งกับการศึกษาของเอนก บุญสม (2548) ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสายงานสารสนเทศและสื่อสารต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นด้วยในระดับมากในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน และยังขัดแย้งกับการศึกษาของชูศักดิ์ รัชศิริวิช (2549) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในธุรกิจโทรคมนาคมไร้สาย: กรณีศึกษา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ภาคเหนือพบว่า โดยภาพรวมพนักงานเห็นด้วยระดับมากต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในธุรกิจ ซึ่งการศึกษาของฤทธิไกร เอื้อถาวรพิพัฒน์ เอนก บุญสม และชูศักดิ์ รัชศิริวิช ต่างเป็นบริการใหม่ที่หน่วยงานนำเข้ามาใช้ และผลการศึกษาของทั้ง 3 ท่านต่างก็พบว่า พนักงานเห็นด้วยในระดับมากต่อการนำระบบใหม่ หรือบริการใหม่มาใช้ในหน่วยงาน ในขณะที่การศึกษารั้งนี้พบว่า พนักงานเห็นด้วยในระดับปานกลางต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาความเหมาะสมในการดำเนินงานแต่ละด้านพบว่า การดำเนินงานที่เหมาะสมในระดับมาก คือ ด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ และด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการ ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT และความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ มีความเหมาะสมปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ เอนก บุญสม (2548) ศึกษา ความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสายงานสารสนเทศ และสื่อสารต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งพบว่า พนักงานมีความพร้อมระดับมากในด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพร้อมในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพในการใช้คอมพิวเตอร์ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการสนับสนุน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ของหน่วยงาน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของของวรพันธ์ สุจิตโต (2548) ซึ่งพบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศ และด้านประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศ

แต่การศึกษาในแต่ละด้านของการบริการธุรกิจต่างประเทศขัดแย้งกับการศึกษาของอุทธิไกร เอื้อถาวรพิพัฒน์ (2546) พบว่าความคิดเห็นของพนักงานด้านการรับรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับสูง ซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคลากรโดยตรง ในขณะที่ผลการศึกษาครั้งนี้อยู่ในระดับปานกลาง ขัดแย้งกับวรพันธ์ สุจิตโต (2548) ที่พบว่า พนักงานเห็นด้วยระดับมากในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ และยังขัดแย้งกับชูศักดิ์ รักศิริวิช (2549) ที่พบว่าพนักงานเห็นด้วยระดับมากต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในธุรกิจ ทั้งด้านแนวคิดของระบบข้อเสนอแนะตามหลักสากล ด้านหลักปฏิบัติของระบบข้อเสนอแนะตามหลักสากล และด้านการนำระบบข้อเสนอแนะตามหลักสากลมาใช้ในการองค์กร

การบริการธุรกิจต่างประเทศด้านปัจจัยภายนอกพบว่า พนักงานเห็นด้วยในระดับมากกว่าสภาพเศรษฐกิจ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และสถาบันการเงินที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ มีผลต่อปริมาณการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรภัทร อิทธิวรพัฒน์ (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งในระยะสั้นพบว่าปัจจัยเศรษฐกิจที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาท การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเงิน การเปลี่ยนแปลงของการใช้จ่ายของรัฐบาลไทย และต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงของดุลการค้าของประเทศไทย และการปรับตัวของค่าเงินบาท นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของภควัฒน์ นามจันทร์ (2543) ที่ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ

การให้บริการของบริษัทมีเดียอิสระและผลกระทบต่อธุรกิจโฆษณาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อธุรกิจโฆษณาในประเทศไทยภายหลังการเปิดให้บริการของบริษัทมีเดียอิสระเป็นผลมาจากการคิดค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการแต่ละแห่ง นอกจากนี้ บริษัทมีเดียอิสระในประเทศไทยจะพัฒนาเติบโตในธุรกิจขึ้นกับแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มขยายบริการออกไปในจังหวัดหลัก ๆ ระดับภูมิภาคที่มีปริมาณผู้บริโภค และการขยายตัวของสื่อพร้อมต่อการวางแผน ซึ่งจากการศึกษาของพรภัทร อิทธิวรวัฒน์ และ ภกวิวัฒน์ นามจันทร์ ต่างเป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษาต่างก็พบว่า ตัวแปรหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจคือ ภาวะเศรษฐกิจ อัตราค่าธรรมเนียม และ ธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกัน

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของกัญเกียรติ สุขพูน (2540) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อระบบงานธนาคารอัตโนมัติของธนาคารทหารไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสะพานใหม่-ดอนเมือง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าโดยภาพรวมขัดแย้งกับการศึกษาของสุนทร พรหมดวงเนตร (2540) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานี ศิริพร สุประภาส (2541) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง นันทพร ดำรงพงศ์ (2541) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาอัมรินทร์พลาซ่า พงษ์พัฒน์ ชีระกุล (2541) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาเสลภูมิจังหวัดร้อยเอ็ด พรพรรณ เกิดในมงคล (2541) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้าต่างประเทศแหลมฉบัง ศรีธธา วุฒิพงศ์ (2542) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอนาง จัหวัดนครศรีธรรมราช กุลวดี กิจรักษา (2542) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบการทำงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรปราการ สิทธิชัย จริยวิทยานนท์ (2543) ศึกษาความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี จามจุรี จันทรัตน์ (2543) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาจังหวัดสงขลา อัญญา วัจนะสวัสดิ์ (2544) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของกองบัตรโดยสารเครื่องบิน: กรณีศึกษา

สาขาสำนักงานใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถนนวิภาวดีรังสิต ศรีนครี ทิพย์บำรุง (2544) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา สุรพันธ์ เค็ดชาด (2544) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาบางเลน จังหวัดนครปฐม ต่างก็พบว่า โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุดในเรื่องของ พนักงานผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ ส่วนอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ลูกค้าพึงพอใจในระดับมาก ผลการศึกษาสอดคล้องกับกู่เกียรติ สุขพุด (2540) ซึ่งพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก ในเรื่องการให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ การให้บริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี และการให้บริการอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับ สิริรัช จริยวิทยานนท์ (2543) ซึ่งพบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากที่สุดในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ

ผลการศึกษาขัดแย้งกับสุวัฒนา ใบเจริญ (2540) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น พบว่า ลูกค้าพึงพอใจระดับมากในด้าน พนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้าน ระยะเวลาในการดำเนินการ พึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ ขัดแย้งกับผลการศึกษาของศิริพร สุประภาส (2541) พบว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อสถานที่ในระดับมาก ในเรื่องความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกของธนาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดและ ตกแต่งภายในอาคาร พึงพอใจต่อการบริการในระดับมาก ในเรื่องอัธยาศัยของพนักงาน ความ รวดเร็วในการบริการ และการบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย นันทพร คำรงพงศ์ (2541) พบว่า ลูกค้าพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านความสะดวกที่ได้รับจากการ บริการ พรพรรณ เกิดในมงคล (2541) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน สูงสุด รองลงมาคือ ด้านบริการและด้านสถานที่ ตามลำดับ โดยด้านสถานที่ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็น คือ ความชัดเจนของป้ายแสดงรายละเอียดของการให้บริการ ความเพียงพอของสถานที่ที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการ การอำนวยความสะดวกในการบริการ ด้านต่าง ๆ ขณะรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ การบริการน้ำดื่ม

นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542) ที่พบว่า ลูกค้า พึงพอใจมากในแต่ละด้านเรียงลำดับดังนี้ ด้านพนักงาน ด้านกายภาพ และด้านระบบการให้บริการ

แต่ผลการศึกษาคัดแย้งกับสุรพันธุ์ เค็ดขาด (2544) ซึ่งพบว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อประเภทบริการเสริมอื่น ๆ พอใจปานกลางต่อประเภทบริการเงินกู้ประเภทบริการเงินฝาก

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาบริการธุรกิจต่างประเทศธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีดังนี้

แนวทางพัฒนาในการปฏิบัติงาน

1. จัดโครงการฝึกอบรมความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่างประเทศ ทั้งในเรื่องของกระบวนการ ขั้นตอน และเรื่องของธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการทดสอบความรู้ความสามารถพนักงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกเดือน หรืออย่างน้อยทุก ๆ 3 เดือน เพื่อเป็นการกระตุ้นพนักงานให้ตื่นตัวอยู่เสมอ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
2. สำรวจเครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และพัฒนา/ปรับปรุงให้สามารถรองรับการบริการที่มีการขยายตัวตลอดเวลา และใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่สามารถรองรับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีคุณสมบัติพร้อมสำหรับการรองรับเทคโนโลยีใหม่ ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น รวมทั้งเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการบริการธุรกิจต่างประเทศ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ตรวจสอบธนบัตร ในรูปของเครื่องมือตรวจธนบัตร หรือปากกาตรวจธนบัตร เป็นต้น
3. วิเคราะห์ หรือประเมินโปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาโปรแกรมให้มีประสิทธิภาพสูง รวดเร็ว และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น
4. วิเคราะห์ หรือประเมินวิธีการปฏิบัติ หรือขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือสามารถรวมอยู่ในขั้นตอนอื่น ๆ เพื่อความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ให้อยู่ภายใต้ความเสี่ยงน้อยที่สุด
5. สำรวจผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ลูกค้านำมาใช้บริการ หรือที่มีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ หรือพิจารณาเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น เพื่อการบริการที่ครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ควรสร้างจุดเด่นในผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง รวมทั้งการบริการที่ดีกว่าคู่แข่ง เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น ๆ

6. สำรวจการคิดค่าธรรมเนียมบริการจากสถาบันการเงินที่ให้บริการเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งในตลาดมืด เพื่อหาอัตราค่าบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงาน และสถานะเศรษฐกิจ

7. รวบรวมข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า เพื่อนำไปวางแผนในการจัดบุคลากรปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา

8. ปรับปรุงภูมิทัศน์ อาคารสถานที่ในส่วนของธุรกิจบริการต่างประเทศ ให้เป็นสัดส่วน มีเอกลักษณ์โดยการตกแต่งอาคารให้เด่นชัด สวยงาม รวมทั้งมีเครื่องอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า พร้อมทั้งขยายหน่วยบริการไปยังสถานที่ต่าง ๆ ตามเขตชุมชน ห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว

9. มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก มุ่งเน้นความเข้าใจและความแตกต่างในการใช้บริการกับธนาคาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

แนวทางพัฒนาในเชิงนโยบาย

1. กำหนดนโยบายในการพัฒนาธุรกิจร่วมกันระหว่างธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กับ ธนาคารกรุงไทย (เนื่องจากปัจจุบัน ธ.ก.ส. ทำธุรกิจบริการต่างประเทศร่วมกับธนาคารกรุงไทย) เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกัน

2. กำหนดนโยบายกับผู้บริหารในระดับผู้จัดการสาขา ให้พนักงานทุกตำแหน่งในสาขามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบว่าปัจจุบัน ธ.ก.ส. มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ 2 ประเภท คือ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการให้บริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายของ Western union

3. ขยายพันธมิตรธุรกิจเพิ่มไปยังธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้า และสร้างรายได้ให้แก่ธนาคารมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาการตลาด และแนวโน้มธุรกิจบริการต่างประเทศในตลาดมืด รวมทั้งสาเหตุของการใช้บริการของลูกค้าในตลาดมืด

2. ศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจบริการต่างประเทศจากสถาบันการเงินอื่น ๆ รวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อหากลยุทธ์ด้านการตลาดบริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น
3. ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้ธุรกิจบริการต่างประเทศของลูกค้า รกส.
4. ศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการต่างประเทศของ รกส. กับสถาบันอื่น ในตลาดการเงินของประเทศไทย
5. ศึกษาแผนกลยุทธ์การพัฒนาลาดธุรกิจบริการต่างประเทศของ รกส. ให้สามารถพัฒนาอย่างมีทิศทาง เป้าหมาย บรรลุวิสัยทัศน์ของ รกส.

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ อุทัยรัตน์. 2542. **ฉกคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: ส.เอเซียเพรส.
- กุลวดี กิจรักษา. 2542. **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบการทำงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรปราการ**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กู้เกียรติ สุขพูน. 2540. **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบธนาคารอัตโนมัติของธนาคารทหารไทย**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกริก.
- จักรพันธ์ ภาวตะวัฒน์. 2546. **ผลงานดียังไม่ใช่การบริการที่ดี**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็นไวรอนเมนตอล เอ็นจิเนียริง คอนซัลแตนท์ จำกัด.
- จันทร์จิรา สุริยะชัยพร. 2541. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด มหาชน**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จามจุรี จันทรัตน. 2543. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาจังหวัดสงขลา**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตตินันท์ เคชะคุปต์, วีระพัฒน์ ปันนิคามย์ และ สุรกุล เจนอบรม. 2542. **จิตวิทยาการบริการ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2547. **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนะ กล้าชิงชัย. 2541. **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์: จังหวัดศรีสะเกษ**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชมภัสสร ชื้อถือชา. 2546. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปแบบใหม่ของสาขาธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชินรัตน์ สมสืบ และ เกื้อ แก้วเกตุ. 2538. **อุตสาหกรรมบริการ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- ชูศักดิ์ รักศิริวิช. 2549. **ความคิดเห็นของพนักงานต่อการนำระบบข้อเสนอแนะมาใช้ในธุรกิจโทรคมนาคมไร้สาย : กรณีศึกษา บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ภาคเหนือ**. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ครุณี วงศ์รัตนธรรม. 2539. **ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทวีศักดิ์ ญาณประทีป. 2531. **พจนานุกรมนักเรียนฉบับเฉลิมพระเกียรติ**. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2547. **ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ดำเนินงานระยะ 5 ปี ปีบัญชี 2548 - 2552 ของ ธ.ก.ส.** กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (อัดสำเนา).
- _____. 2550. **พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2509 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 7 พ.ศ. 2550**. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- _____. 2551. **รายงานประเมินผล โครงการเปิดจุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ**. กรุงเทพฯ: กองติดตามและประเมินผล ฝ่ายนโยบายและกลยุทธ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- _____. 2552. **รายงานผลการดำเนินงานจุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ**. กรุงเทพฯ: กองติดตามและประเมินผล ฝ่ายนโยบายและกลยุทธ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- ธรรมธรรณ จารุสวัสดิ์. 2540. **ทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน สาขาย่อยในท่าบวาร์ เชียงใหม่**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นันทพร ดำรงพงศ์. 2541. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชีย จำกัด มหาชน สาขาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ประคอง กรรณสูตร. 2531. **สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีช วงศ์วานชาติ. 2544. **พฤติกรรมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พงษ์พัฒน์ ชีระกุล. 2541. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาเสถภูมิจังหวัดร้อยเอ็ด**. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- พรพรรณ เกิดในมงคล. 2541. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน: ศึกษากรณีฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้าต่างประเทศแหลมฉบัง ชลบุรี. ชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรภัทร อีตรวรพัฒน์. 2549. รายงานการวิจัย เรื่องปัจจัยที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาท ต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในระยะและระยะยาว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ภควัฒน์ นามจันทร์. 2543. วิเคราะห์รูปแบบการให้บริการของบริษัทมีเดียอิสระและผลกระทบต่อธุรกิจโฆษณาในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุษกร ไกรวรรณ. 2544. พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ฤทธิไกร เอื้อถาวรพัฒนา. 2546. การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงานตามความคิดเห็นของพนักงาน สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคกลาง จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรพันธ์ สุจิตโต. 2548. ความคิดเห็นของพนักงานสายงานสารสนเทศและสื่อสาร การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อการให้บริการธุรกิจสื่อสารและสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2545. คุณภาพในงานบริการ 1. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย - ญี่ปุ่น.
- ศรัณย์ ทิพย์บำรุง. 2544. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน สาขายะลา. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศรัทธา วุฒิพงศ์. 2542. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2546. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร สุประภาส. 2541. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยลาดกระบัง. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมชาติ กิจบรรจง. 2544. สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมปอง จันทรี. 2540. ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการศูนย์กีฬา สนามกีฬา 700 ปี. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.

- สิทธิชัย จริยวิทยานนท์. 2543. ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนทร พรรณดวงเนตร. 2540. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM: ศึกษากรณีสาขา อุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนา อยู่โพธิ์. 2536. ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- สุรพันธ์ เค็ดชาด. 2544. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาบางเลน จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุวรรณ ลีละเศรษฐกุล. 2541. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานด้านสมรรถภาพในการปฏิบัติงานของหัวหน้าสถานีอนามัย จังหวัดสงขลา. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น. มหาสารคาม: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- หุลย์ จำปาเทศ. 2533. จิตวิทยาการสูงใจ. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาสน์ จำกัด.
- อัญญา วัจนะสวัสดิ์. 2544. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของกองบัตรโดยสารเครื่องบิน สาขาสำนักงานใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เอนก บุญสม. 2548. ความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสายงานสารสนเทศและสื่อต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Shelly, M. W. 1975. *Responding to Social Chang*. Pennsylvania: Dowden, Hutshison Press.
- Vroom, W. H. 1964. *Working and Motivation*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Yamane, Taro. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3 rd ed. Tokyo: Herper Row.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฝ่ายพนักงาน (ปัจจัยภายใน)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00008	100.9000	456.9368	.1561	.9669
VAR00009	100.9000	445.8842	.4020	.9660
VAR00010	100.9500	446.1553	.3592	.9664
VAR00011	100.8000	426.6947	.7788	.9638
VAR00012	101.0500	428.8921	.6822	.9645
VAR00013	100.9000	430.0947	.7744	.9638
VAR00014	100.4500	438.8921	.6088	.9648
VAR00015	100.7500	438.3026	.7515	.9642
VAR00016	101.2500	436.7237	.8036	.9639
VAR00017	100.6500	433.3974	.7407	.9641
VAR00018	100.9000	429.0421	.8014	.9637
VAR00019	101.1000	431.9895	.6650	.9645
VAR00020	100.9500	432.4711	.7873	.9638
VAR00021	100.8500	435.3974	.7056	.9643
VAR00022	100.9000	434.8316	.8099	.9638
VAR00023	100.6500	436.9763	.7516	.9641
VAR00024	100.9500	437.7342	.7554	.9641
VAR00025	101.0500	432.2605	.8046	.9637
VAR00026	100.9000	434.5158	.8197	.9638
VAR00027	100.9500	437.9447	.7485	.9642
VAR00028	100.9000	435.4632	.7287	.9642
VAR00029	100.6500	433.9237	.7804	.9639
VAR00030	100.7000	431.4842	.8700	.9634
VAR00031	100.5500	453.2079	.3028	.9662
VAR00032	100.5000	432.0526	.8033	.9637
VAR00033	100.6000	434.3579	.7548	.9640

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00034	100.7000	434.5368	.7232	.9642
VAR00035	100.3000	432.1158	.5602	.9655
VAR00036	100.2000	429.1158	.7150	.9642
VAR00037	100.6500	448.2395	.2178	.9685
VAR00038	100.4000	425.5158	.7838	.9637
VAR00039	100.4500	423.5237	.7333	.9642
VAR00040	100.4000	422.2526	.7885	.9637

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 33

Alpha = .9655

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฝ่ายพนักงาน (ปัจจัยภายนอก)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00042	28.1000	24.2000	.6556	.9366
VAR00043	28.3000	24.2211	.5291	.9417
VAR00044	28.1000	22.0947	.9321	.9223
VAR00045	28.1500	23.7132	.7485	.9327
VAR00046	28.1500	23.7132	.7485	.9327
VAR00047	28.3000	21.1684	.8588	.9241
VAR00048	28.3500	20.1342	.8652	.9240
VAR00049	28.2500	20.4079	.8855	.9222
VAR00050	27.9000	18.8316	.8451	.9301

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 9

Alpha = .9373

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามประชาชน (ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00048	53.2632	47.7602	.7609	.9124
VAR00049	53.2632	49.7602	.5444	.9192
VAR00050	53.3684	49.5789	.4995	.9211
VAR00051	53.0526	49.7193	.5998	.9176
VAR00052	53.0526	48.1637	.6134	.9172
VAR00053	53.2105	53.2865	.2034	.9288
VAR00054	53.0000	49.0000	.6623	.9156
VAR00055	53.0000	49.4444	.7190	.9147
VAR00056	53.1053	48.7661	.6422	.9161
VAR00057	53.3158	45.8947	.6958	.9146
VAR00058	53.4737	45.7076	.8217	.9094
VAR00059	53.2632	45.5380	.8225	.9093
VAR00064	53.3158	46.5614	.7578	.9119
VAR00065	53.4211	46.9240	.7300	.9129

Reliability Coefficients

N of Cases = 19.0

N of Items = 14

Alpha = .9215



ภาคผนวก ข
คำสถิติ

ตารางผนวก 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเภทของพนักงานด้านความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ

ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การสื่อสารภาษาต่างประเทศ			9	17.6	35	68.6	6	11.8	1	2.0
ในเรื่องการตรวจสอบ (ตรวจเช็ค) ธนบัตรปลอมของสกุลเงินต่างๆ			20	39.2	17	33.3	6	11.8	8	15.7
ทักษะด้านการดำเนินการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	1	2.0	16	31.4	22	43.1	6	11.8	6	11.8

ตารางผนวก 2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเภทของพนักงานด้านความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT

ความเพียงพอและความพร้อมของอุปกรณ์ IT	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความเพียงพอของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน	6	11.8	18	35.3	15	29.4	11	21.6	1	2.0
ระบบออนไลน์มีความรวดเร็วเข้าถึงได้ง่ายและแสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว	1	2.0	11	21.6	22	43.1	12	23.5	5	9.8
โปรแกรม Soft ware ที่ใช้มีความสมบูรณ์ ง่ายใน	1	2.0	13	25.5	23	45.1	13	25.5	1	2.0
ความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5	9.8	31	60.8	12	23.5	2	3.9	1	2.0

ตารางผนวก 3 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ (การโอนเงินตราต่างประเทศ)

การโอนเงินตราต่างประเทศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เอกสารคำขอเพื่อขอเงินตราต่างประเทศ มีความเหมาะสม			21	41.2	28	54.9	1	2.0	1	2.0
มีอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการตรวจสอบธนบัตรปลอมที่มีประสิทธิภาพ			5	9.8	27	52.9	13	25.5	6	11.8
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา สามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง	7	13.7	24	47.1	13	25.5	5	9.8	2	3.9
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา ทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว	3	5.9	13	25.5	20	39.2	7	13.7	8	15.7
การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว	2	3.9	17	33.3	12	23.5	13	25.5	7	13.7
โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การซื้อ) ไม่ยุ่งยาก	2	3.9	18	35.3	22	43.1	7	13.7	2	3.9
ขั้นตอนการนำเงินตราต่างประเทศไปขายให้กับธนาคารกรุงไทยมีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยาก	1	2.0	20	39.2	25	49.0	3	5.9	2	3.9

ตารางผนวก 4 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเภทของพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ (การขายเงินตราต่างประเทศ)

การขายเงินตราต่างประเทศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขั้นตอนการยื่นคำขอซื้อเงินตราต่างประเทศจากลูกค้าไม่ยุ่งยาก	1	2.0	19	37.3	25	49.0	5	9.8	1	2.0
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศสามารถ	2	3.9	25	49.0	18	35.3	5	9.8	1	2.0
จำนวนอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างถูกต้อง										
โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศทำได้ง่าย	2	3.9	14	27.5	25	49.0	9	17.6	1	2.0
และสะดวกรวดเร็ว										
การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว	2	3.9	17	33.3	18	35.3	9	17.6	5	9.8
โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบ	2	3.9	17	33.3	27	52.9	3	5.9	2	3.9
ยอดในทางการเงิน (การขาย) ไม่ยุ่งยาก										
ขั้นตอนการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวในทางการเงินเป็นราย	2	3.9	15	29.4	29	56.9	3	5.9	2	3.9
เดือน สามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก										

ตารางผนวก 5 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน ด้านขั้นตอนการให้บริการ (การโอนผ่านผ่านระบบ Western union)

การโอนผ่านระบบ Western union)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขั้นตอนการกรอกเอกสารการโอนเงิน ไม่ยุ่งยาก	4	7.8	24	47.1	18	35.3	4	7.8	1	2.0
การติดต่อกับระบบ Western union ทำได้รวดเร็วไม่ยุ่งยาก	2	3.9	33	64.7	11	21.6	4	7.8	1	2.0
ระยะเวลาในการติดต่อกับ สำนักการธนาคาร เพื่อยืนยันการโอนเงินไปต่างประเทศดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	1	2.0	29	56.9	16	31.4	4	7.8	1	2.0

ตารางผนวก 6 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ

ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ	1	2.0	26	51.0	20	39.2	2	3.9	2	3.9
ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านจอ LCD สามารถทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ	2	3.9	23	45.1	23	45.1	2	3.9	1	2.0
ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาสนใจใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3	5.9	23	45.1	21	41.2	3	5.9	1	2.0
ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิธีให้พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ	1	2.0	24	47.1	21	41.2	4	7.8	1	2.0

ตารางผนวก 7 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน ด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ

ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี (ใกล้ตลาด แหล่ง ท่องเที่ยวอยู่ในเขตเมืองที่มีผู้คนผ่านไปมา/มีการเดินทางไปมา สะดวก)	7	13.7	22	43.1	16	31.4	4	7.8	2	3.9
จุดบริการมีป้ายบอกชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	9	17.6	29	56.9	11	21.6	1	2.0	1	2.0
มีที่จอดรถเพียงพอ	5	9.8	20	39.2	19	37.3	3	5.9	4	7.8
การจัด Lay out ของสถานที่ทำงานมีความสวยงาม	5	9.8	21	41.2	20	39.2	4	7.8	1	2.0
มีบริเวณในการจัดเก็บเอกสารและสิ่งของต่างๆ ง่ายในการหยิบใช้งาน	7	13.7	28	54.9	11	21.6	4	7.8	1	2.0
การจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือในการปฏิบัติงานช่วยให้สะดวกและ คล่องตัวในการปฏิบัติงาน	9	17.6	28	54.9	10	19.6	3	5.9	1	2.0

ตารางผนวก 8 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน ด้านสภาพเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจมีผลกับปริมาณการให้บริการบริการธุรกิจต่างประเทศ	9	17.6	26	51.0	15	29.4	1	2.0
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีผลกับปริมาณการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	4	7.8	23	45.1	23	45.1	1	2.0
การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลปริมาณการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	3	5.9	30	58.8	17	33.3	1	2.0

ตารางผนวก 9 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน ด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเงินบาทมีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	7	13.7	23	45.1	19	37.3	2	3.9
ค่าเงินสกุลหลัก (ดอลลาร์) มีผลการกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ	8	15.7	21	41.2	20	39.2	2	3.9

ตารางผนวก 10 จำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของพนักงาน ด้านสถาบันการเงินที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าลูกค้ามีความเชื่อถือในการให้บริการธุรกิจต่างประเทศกับสถาบันการเงินอื่น	3	5.9	23	45.1	22	43.1	2	3.9	1	2.0
ท่านคิดว่าสถาบันการเงินอื่น ที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า	4	7.8	28	54.9	16	31.4	2	3.9	1	2.0
ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในตลาดมีผลต่อการบริการธุรกิจต่างประเทศ	5	9.8	19	37.3	21	41.2	5	9.8	1	2.0
ท่านคิดว่าสถาบันการเงินอื่นที่ให้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชนมีผลในการให้บริการของลูกค้า	15	29.4	20	39.2	15	29.4			1	2.0

ตารางผนวก 11 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านพนักงานผู้ให้บริการ

พนักงานผู้ให้บริการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ	139	50.2	124	44.8	14	5.1		
การให้ความช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า	131	47.3	126	45.5	20	7.2		
ความรวดเร็วในการให้บริการ	120	43.3	119	43.0	36	13.0	2	0.7
ความถูกต้องในการให้บริการ	117	42.2	146	52.7	14	5.1		
ความพึงพอใจโดยรวมต่อ การปฏิบัติของพนักงาน	134	48.4	123	44.4	18	6.5	2	0.7

ตารางผนวก 12 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเภทด้านสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ

สภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร	122	44.0	127	45.8	28	10.1		
ความสะดวกสบายภายในอาคารสำนักงาน	123	44.4	128	46.2	26	9.4		
การรักษาความสะอาดภายในอาคารสำนักงาน	129	46.6	127	45.8	21	7.6		
การดูแลรักษาความปลอดภัยภายในอาคารสำนักงาน	121	43.7	118	42.6	38	13.7		
ความสะดวกของที่จอดรถ	102	36.8	104	37.5	56	20.2	15	5.4
ความเพียงพอของที่นั่งรอรับบริการ	83	30.0	143	51.6	45	16.2	6	2.2
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ	124	44.8	125	45.1	26	9.4	2	0.7

ตารางผนวก 13 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการธุรกิจต่างประเทศด้านค่าธรรมเนียมการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ	94	33.9	134	48.4	42	15.2	7	2.5
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	75	27.1	150	54.2	48	17.3	4	1.4



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตร์
 สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคใน
 การให้บริการของพนักงานการเงินและความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการ ธุรกิจต่างประเทศ ของ
 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผู้ให้บริการ
 ธุรกิจต่างประเทศของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน
 ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานการเงินผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานการเงินธุรกิจต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการ
 ธุรกิจต่างประเทศ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานการเงินผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ต่อ
 ปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะเก็บไว้เป็นความลับและนำไปใช้ในการวิจัย โดย
 ส่วนรวมเท่านั้นจะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิและตำแหน่งหน้าที่การงานของท่านแต่ประการใด ผู้วิจัย
 หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

นางอารีย์กิจ สุรัฐกาญจน

นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ขั้นตอนการให้บริการ					
การซื้อเงินตราต่างประเทศ					
- เอกสารคำขอเพื่อขายเงินตราต่างประเทศ มีความเหมาะสม					
- มีอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการตรวจสอบธนบัตรปลอมที่มีประสิทธิภาพ					
- โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา สามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง					
- โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการรับซื้อเงินตรา ทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว					
- การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว					
- โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การซื้อ) ไม่ยุ่งยาก					
- ขั้นตอนการนำเงินตราต่างประเทศไปขายให้กับธนาคารกรุงไทยมีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยาก					
การขายเงินตราต่างประเทศ					
- ขั้นตอนการยื่นคำขอซื้อเงินตราต่างประเทศจากลูกค้า ไม่ยุ่งยาก					
- โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศสามารถคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างถูกต้อง					
- โปรแกรมบันทึกข้อมูลเข้าระบบการขายเงินตราต่างประเทศทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว					
- การบันทึกรายการและการออกใบเสร็จให้ลูกค้าทำได้ถูกต้องรวดเร็ว					
- โปรแกรมการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวประจำวันเพื่อมากระทบยอดในทางการเงิน (การขาย) ไม่ยุ่งยาก					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
- ขั้นตอนการสรุปรายงานรายการเคลื่อนไหวในทางการเงินเป็นรายเดือน สามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก					
การโอนเงินเงินค่านผ่านระบบ Western union					
- ขั้นตอนการกรอกเอกสารการโอนเงิน ไม่ยุ่งยาก					
- การติดต่อกับระบบ Western union ทำได้รวดเร็วไม่ยุ่งยาก					
- ระยะเวลาในการติดต่อกับ สำนักงานธนาคาร เพื่อขึ้นรายการโอนเงินไปต่างประเทศดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
4. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การบริการ					
ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ					
ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศผ่านทางจอ LCD สามารถทำให้ลูกค้าสนใจมาใช้บริการ					
ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ สามารถทำให้ลูกค้าหันมาสนใจใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ					
ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิธีให้พนักงานเป็นผู้แนะนำบริการสามารถทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการธุรกิจต่างประเทศ					
5. ทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ					
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี (ใกล้ตลาด แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเขตเมืองที่มีผู้คนผ่านไปมา มีการเดินทางไปมาสะดวก)					
จุดบริการมีป้ายบอกชัดเจนสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย					
มีที่จอดรถเพียงพอ					
การจัด Lay out ของสถานที่ทำงานมีความสวยงาม					
มีบริเวณในการจัดเก็บเอกสารและสิ่งของต่างๆ ง่ายในการหยิบใช้งาน					
การจัดวางอุปกรณ์เครื่องมือในการปฏิบัติงานช่วยให้สะดวกและคล่องตัวในการปฏิบัติงาน					

ปัจจัยภายนอก

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สภาพเศรษฐกิจ					
การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจมีผลกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ					
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีผลกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ					
การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ					
2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ					
การแข็งตัวของค่าเงินบาทมีผลกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ					
การแข็งตัวของค่าเงินสกุลหลัก (ดอลลาร์)					
3. หน่วยงานภายนอกมีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศ					
ท่านคิดว่าลูกค้ามีความเชื่อถือในการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์					
ท่านคิดว่าหน่วยงานภายนอกที่มีการให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์					
ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในตลาดมืดมีผลต่อการบริการธุรกิจต่างประเทศ					
ท่านคิดว่าหน่วยงานภายนอกที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงลูกค้า					
ท่านคิดว่าหน่วยงานภายนอกที่ให้บริการธุรกิจต่างประเทศมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมีผลในการใช้บริการของลูกค้า					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานการเงินผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ ต่อปัญหาอุปสรรค

1. ด้านบุคลากร

2. ด้านขั้นตอนการบริการ

3. ด้านการประชาสัมพันธ์

4. ด้านความพร้อมและความพอเพียงของอุปกรณ์ IT

5. ด้านทำเลที่ตั้งของหน่วยบริการ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริการธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

.....

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตร์
สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของ
ลูกค้าผู้รับบริการ ธุรกิจต่างประเทศ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แบ่ง
แบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ รวมทั้ง
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้าผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าผู้ให้บริการเกี่ยวกับการบริการ
ธุรกิจต่างประเทศ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะเก็บไว้เป็นความลับและนำไปใช้ในการวิจัย โดย
ส่วนรวมเท่านั้นจะไม่มีการกระทบต่อสิทธิและตำแหน่งหน้าที่การงานของท่านแต่ประการใด ผู้วิจัย
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

นางอารีย์กิจ ฐรรฐกาญจน

นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

แบบสอบถามสำหรับลูกค้า

ชื่อสาขา..... สนจ.....

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความจริง/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการธุรกิจต่างประเทศของลูกค้าผู้ให้บริการธุรกิจต่างประเทศ

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ ปี
3. ประเภทธุรกิจ/ อาชีพ.....

4. การบริการเงินตราต่างประเทศ Foreign Exchange Transaction

ประเภท (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|-----------------------------------|
| () ซื้อ Purchase | () ขาย Sell |
| () โอนเงินต่างประเทศผ่าน Western Union | () รับเงิน โอนผ่าน Western Union |
| () อื่นๆ ระบุ..... | |

วิธีการชำระเงิน Payment Method (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-----------------|--------------------|
| () ธนบัตร Note | () เช็คเดินทาง |
| () Draft | () อื่นๆระบุ..... |

สกุลเงิน Currency.....จำนวนเงิน Amount.....

5. เหตุผลที่เลือกใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| () การบอกปากต่อปาก จาก เพื่อน / ครอบครัว /ญาติ / คนรู้จัก |
| () เดินทางผ่านมาโดยบังเอิญ |
| () เห็นจากป้ายโฆษณา แผ่นพับ |
| () ทำเลดี เดินทางไปมาได้สะดวก |
| () เชื่อมั่นในคุณภาพของสถาบัน / โลโก้ผู้ให้บริการ |
| () ไม่เคยมีปัญหาในการใช้บริการ |
| () พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว และเป็นกันเอง |
| () อัตราแลกเปลี่ยนถูกต้อง ทันเวลา อยู่เสมอ (on time) |
| () ไม่ต้องเสียค่าคอมมิชชั่นบริการ (commission fee) |
| () อื่นๆ ระบุ..... |

6. จุดบริการที่ถูกค่านิยมใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ธนาคารใกล้บ้าน () ธนาคารพาณิชย์
 () สนามบินต่างๆ เพราะสะดวก () โรงแรมที่พัก
 () ตามแหล่งช้อปปิ้ง / ห้างสรรพสินค้าต่างๆ () จุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ
 () เว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต () จากใกล้
 () เพื่อน / คนรู้จัก /ญาติ () ตลาดมีค่านิยมตราต่างประเทศ
 () อื่นๆ ระบุ.....

7. สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ท่านเห็นว่าได้ผลดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์บริการธุรกิจต่างประเทศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () วิทยู () ทีวี
 () หนังสือพิมพ์ () พนักงานธนาคาร
 () อินเทอร์เน็ต เช่น ส่งตาม website, email เป็นต้น () ป้ายโฆษณา แผ่นผ้า
 () เอกสารสิ่งพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ / โบชัวร์ () อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. พนักงานผู้ให้บริการ					
ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการ					
การให้ความช่วยเหลือ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า					
ความรวดเร็วในการให้บริการ					
ความถูกต้องในการให้บริการ					
ความพึงพอใจโดยรวมต่อ การปฏิบัติของพนักงาน					
2. สภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ					
ความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร					
ความสะดวกสบายภายในอาคารสำนักงาน					
การรักษาความสะอาดภายในอาคารสำนักงาน					
การดูแลรักษาความปลอดภัยภายในอาคารสำนักงาน					
ความสะดวกของที่จอดรถ					
ความเพียงพอของที่นั่งรอรับบริการ					
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสภาพแวดล้อมของสาขาที่ให้บริการ					

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ					
ค่าธรรมเนียมการให้บริการโอนเงินผ่านระบบ					
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการบริการธุรกิจต่างประเทศ

1. ด้านบุคลากร

2. ด้านการบริการ

3. ด้านสถานที่

4. ด้านผลิตภัณฑ์



ภาคผนวก ง
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางอารีย์กิจ คุรุกาญจน	
เกิดเมื่อ	29 มกราคม 2510	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2516 - 2522	ประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเสริมปัญญา จังหวัดกรุงเทพฯ
	พ.ศ. 2522 – 2528	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสตรีมหาพฤฒาราม จังหวัดกรุงเทพฯ
	พ.ศ. 2530 – 2533	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต (อุตสาหกรรมบริการ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง จังหวัดกรุงเทพฯ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2536 – 2538	พนักงานการเงิน 4 สาขามัญจาตีรี ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด จังหวัดขอนแก่น
	พ.ศ. 2540 – 2542	พนักงานการเงิน 5 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ
	พ.ศ. 2542 – 2544	พนักงานการเงิน 6 แผนกอัตรากำลัง กองอัตรากำลังธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สำนักงานใหญ่) จังหวัดกรุงเทพฯ
	พ.ศ. 2542 – ปัจจุบัน	พนักงานการเงิน 7 สังกัดสำนักการธนาคาร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สำนักงานใหญ่) จังหวัดกรุงเทพฯ