

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(Theoretical Framework and Review of Related Literature)

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 มีหัวข้อที่สำคัญดังนี้

1. ทฤษฎีการตัดสินใจ
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
3. นโยบายและเป้าหมายของธนาคาร
4. หน้าที่ของธนาคาร
5. เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการตัดสินใจ

ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

- บาร์นาร์ด (Barnard) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นเทคนิควิธีที่ลดทางเลือกลงมาเหลือเพียงทางเลือกเดียว
- ไชมอน (Simon) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่างๆ ที่มีอยู่
- มูดี (Moody) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไขจะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายและการใช้เวลา

กิบสันและอิวาน เซวิช (Gibson and Ivancevich) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์การ

- โจนส์ (Jones) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจขององค์กรว่าเป็นกระบวนการ ที่จะแก้ไขปัญหาขององค์กร โดยการค้นหาทางเลือกและเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้
- วุฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และในการจัดการนั้น การตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุกๆ เรื่องทุกๆ กรณีเพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัวอารมณ์ ความรักใคร่ชอบพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ต่อเนื่องกันไป
- บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับ นำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางนำไปสู่การตัดสินใจ
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2526, อ้างถึงใน ปิยะนุช เหลืองงาม , 2552) ได้กล่าวว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้อย่างน้อย 2 ประเภท ดังนี้
 - 1) **ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory)** เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญคือ จะคำนึงถึงว่า แนวทางการตัดสินใจ น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวิจรรย์ญาณของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้น การใช้ทฤษฎีนี้ ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใดๆ ก็ตาม จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเป็นเรื่องกำหนดว่า มีปัญหานั้นๆ น่าจะหรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งในทรรศนะของบุคคลอื่น ที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะไม่เห็นว่าเป็นเหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีจึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง
 - 2) **ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory)** คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาหนึ่งๆ จะต้องกระทำอย่างไร จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ยอมรับหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้ จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใด หรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้น จึงได้มีการกำหนด

หลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอน ตลอดจนมีการนำเอาเทคนิคสมัยใหม่ต่างๆ เข้ามาช่วย ในการตัดสินใจด้วย เพื่อที่จะให้การตัดสินใจนั้น มีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด

ดังนั้นก็กล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อ เลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำ ให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่ เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการ สถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้ เเจรจาต่อรอง (Negotiator)

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำทฤษฎีไปใช้วางแผนการจัดบริการ เพื่อให้ ผู้รับบริการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาด ชื่อ John Farley และคณะ ได้พัฒนาทฤษฎีขึ้น จากการวิเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analyses แล้วเรียกว่า “ทฤษฎีการตัดสินใจ” เรียกย่อๆ ว่า CDM ซึ่งย่อ มาจากคำว่า Consumer Decision Model

ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ อธิบายว่า การตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบซึ่งแต่ ละองค์ประกอบสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน คือ

องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งเป็นข้อมูล ข่าวสารที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้ 2 วิธี คือ

1. จากประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้รับบริการได้ใช้หรือสัมผัสสัมผัสของตนกับผลิตภัณฑ์ หรือ บริการนั้น โดยตรง เช่น ได้เห็น ได้ยิน ได้ดม ได้ชิม ได้สัมผัสด้วยตนเอง แล้วเกิด การรับรู้ว่า สิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตน หรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้น มากน้อยเพียงใด
2. จากประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสาร จากคำบอกเล่าของ ผู้อื่นจากสื่อสารมวลชน จากสิ่งพิมพ์โฆษณา แล้วทำให้เกิดการรับรู้ สิ่งนั้นตรงกับ ความ ต้องการของตนเอง หรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

ข้อมูลข่าวสารจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้า หรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ ผู้รับบริการนึกถึง เครื่องหมายการค้า นั้น เกิดเจตคติ หรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อบริการนั้น และเกิดความเชื่อมั่นใน บริการนั้น

องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า ทำให้ผู้รับบริการนึกถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งในด้าน รูปร่าง สี รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ ความทนทาน และคุณภาพของบริการ

องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ หรือชอบมากชอบน้อย หรือเป็นความรู้สึกทางบวก หรือทางลบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ เกิดจากการได้รับข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และเกิดจากการนึกถึงเครื่องหมายการค้าต่างๆ ว่า มีมาอย่างไร หากได้รับข้อมูลข่าวสารมาในเชิงบวก นึกถึงเครื่องหมายการค้าในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นจะเกิดบวกตามมา ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกในทางลบจะเกิด เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาในทางลบ และระลึกถึงเครื่องหมายการค้าในทางลบ ซึ่งเจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า จะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่น ที่จะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการประเมินและตัดสินใจว่า ผลิตภัณฑ์และบริการตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ความเชื่อมั่นเกิดจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการนั้น และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้าร่วมกัน โดยที่อิทธิพลของความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ จะมีต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ หมายถึง การตัดสินใจใช้ ด้วยการวางแผนการใช้ เช่น จะใช้รุ่นไหน สีไหน ใช้เมื่อไร จะติดต่อการซื้อกับใคร เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ แล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making)

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ แล้วแต่ความคิดเห็นของนักวิชาการ พลังเกต และแอ็ตเนอร์ (Plunkett and Attner, 1994:162) ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้ {อ้างจาก กุลชลี ไชยนันตา (2539:135-139)}

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อไป ของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่างๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบบ่อยเสมอๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบ ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์กรก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่ การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการ วิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่างๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอมโดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือก

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะ

ช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

1. การจูงใจ (Motivation)

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดันจากความต้องการและความคาดหวังต่างๆ ของมนุษย์ เพื่อให้แสดงออกตามที่ต้องการ ด้วยความพึงพอใจ (Satisfaction)

อาจกล่าวได้ว่า การจูงใจ เป็นสิ่งเร้า และความพยายามที่จะตอบสนองความต้องการหรือเป้าหมาย ส่วนความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง ดังนั้นการจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้า เพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือความพึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์ ซึ่ง ได้มีผู้ให้ความหมายของการจูงใจหลายประการ ดังนี้

ทฤษฎีการจูงใจของนักจิตวิทยาชื่อ Abraham Maslow โดยมาสโลว์มองความต้องการเป็นลักษณะลำดับขั้น จากระดับต่ำสุด ไปยังระดับสูงสุด และเมื่อความต้องการระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป คือ

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer เป็นทฤษฎีความต้องการซึ่งกำหนดลำดับขั้นตอนความต้องการ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความต้องการในระดับต่ำและความต้องการในระดับสูง โดยระลึกลักษณะว่า ระดับความต้องการของบุคคลสามารถเปลี่ยนไปในระดับสูงขึ้นหรือต่ำลงได้เสมอ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถตอบสนองความต้องการในระดับต่ำลงหรือความต้องการในระดับสูงขึ้นได้หรือไม่

ทฤษฎีความต้องการแสวงหาของ McClelland เป็นทฤษฎีซึ่งเสนอแนะว่าความต้องการที่แสวงหาการเรียนรู้ โดยอาศัยชีวิตและการที่บุคคลมุ่งที่ความต้องการเฉพาะอย่างมากกว่าความต้องการอื่นๆ

ทฤษฎีความคาดหวังในการจูงใจของ Vroom ซึ่งถือว่าบุคคลจะได้รับการกระตุ้นให้กระทำสิ่งซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ การจูงใจเป็นสิ่งมีคุณค่าซึ่งแต่ละบุคคลกำหนดเป้าหมายและโอกาสเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น นอกจากนี้บุคคลจะไม่มีแรงจูงใจให้บรรลุเป้าหมาย ถ้าความคาดหวังเป็นศูนย์หรือติดลบ

2. ภาวะเศรษฐกิจ

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ เป็นความปรารถนาของคนทุกคน ได้มีนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านคิดตัวแบบการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อจะได้นำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ เช่น ตัวแบบของอาดาม สมิท และ ริคาร์โด มีความเหมาะสมกับสังคมในประเทศอังกฤษ ในยุคสมัยนั้น อังกฤษจึงมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เมื่อความมั่นคงเกิดขึ้นกับอังกฤษแล้ว ความมั่นคงก็คิดตามมาด้วยภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งภาวะเศรษฐกิจถือเป็นปัญหาระดับชาติที่เกี่ยวกับการลงทุน การบริโภค การออมทรัพย์ การที่จะเข้าใจบทบาทของสิ่งเหล่านี้จำเป็นที่เราต้องพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญๆ ที่มีอิทธิพลอยู่เหนือการตัดสินใจ คือ การตัดสินใจจะกระทำการลงทุน การออมทรัพย์ ฯลฯ จึงสรุปได้ว่า ภาวะเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

นโยบายและเป้าหมายของธนาคาร

ในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่สุดของรัฐ นอกจากการดำเนินธุรกิจในการให้บริการทางการเงินที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า และสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้นแล้ว ธนาคารยังถือเป็นหน้าที่ในการสนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งภารกิจดังกล่าวจะสำเร็จได้ต้องมาจากนโยบายแผนงาน และกระบวนการทางานที่ดี โดยเฉพาะกระบวนการกำกับดูแลกิจการ ดังนั้น ธนาคารจึงได้ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมบรรษัทภิบาลในองค์กร โดยการจัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลขึ้นในปี 2545 เพื่อรับผิดชอบงานด้านบรรษัทภิบาลเป็นการเฉพาะและให้เกิดการผลักดันอย่างจริงจัง พร้อมทั้งได้มีการปรับพื้นฐานด้านบรรษัทภิบาลให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร ต่อมาในปี 2549 ธนาคารได้ประกาศให้เป็นปีแห่งบรรษัทภิบาล และกำหนดแผนงานด้านการสร้างวัฒนธรรมบรรษัทภิบาล ระยะ 3 ปี ขึ้น โดย ปี 2549 เป็นปี “รู้เรียน” ปี 2550 เป็นปี “เฟิรทา” และ ปี 2551 เป็นปี “นาชัย” ตลอดระยะเวลา 3 ปีนี้ ธนาคารกำหนดจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อณรงค์ให้พนักงานและผู้บริหารทุกระดับได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี เช่น การจัดนิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่โครงการบรรษัทภิบาลอย่างต่อเนื่อง การจัดประกวดแต่งคาขวัญ ซึ่งคาขวัญที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ คือ “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ใฝ่ใจคุณธรรม” การจัดโครงการ CG Awards เพื่อมอบรางวัลให้กับหน่วยงานดีเด่นที่สามารถปฏิบัติตามนโยบายบรรษัทภิบาลได้อย่างดีเยี่ยม เป็นต้น สำหรับตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นไป ธนาคารจะดำเนินการสร้างพันธมิตรในการบริหารงานโดยยึดหลักบรรษัทภิบาล โดยเริ่มจากบริษัทในเครือที่ธนาคารถือหุ้น 100%

ธนาคารกรุงไทย ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี การควบคุมและตรวจสอบภายใน และการบริหารความเสี่ยง จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยในการกำกับดูแลการดำเนินงานในด้าน ต่าง ๆ ของธนาคาร ประกอบด้วย คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม

ซึ่งคณะกรรมการชุดย่อย ทุกคนจะมีคุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบตามข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีการกำหนดบทบาทและภาระหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นลายลักษณ์อักษรไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ธนาคารยังได้กำหนดหลักบรรษัทภิบาลเป็นลายลักษณ์อักษร และประกาศใช้ทั้งองค์กร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 รวม 7 ประการ และมีชื่อเรียกโดยย่อว่า CARPETS ดังนี้ 1) Creation of Long Term Value Added: สร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยไม่เสี่ยงต่อการทลายองค์กรในระยะสั้น 2) Accountability: แสดงความรับผิดชอบและรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ 3) Responsibility: มีความเข้าใจและมีจิตความสามารถในการประพฤติได้ตามหน้าที่และความรับผิดชอบ 4) Promotion of Best Practices: มุ่งดำเนินธุรกิจและให้บริการแก่ลูกค้า โดยยึดหลักวัฒนธรรมและจรรยาบรรณที่ดี รวมถึงการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ และมีจิตสำนึกในคุณธรรม จริยธรรม 5) Equitable Treatment: ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียม และยุติธรรม 6) Transparency: แสดงความโปร่งใสในการดำเนินงาน สามารถอธิบายและตรวจสอบได้ 7) Social and Environmental Awareness: สำนึกในการปฏิบัติที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดหรือขจัดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการทำธุรกิจของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ธนาคารยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องด้วย

จากความหมายของการจงใจพอสรุปได้ดังนี้ การจงใจเป็นวิธีการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ บุคคลจะแสดงพฤติกรรมมาได้ต้องมีแรงจูงใจที่เป็นความต้องการหรือแรงขับที่อยู่ภายในตัวบุคคล ดังนั้น การที่บุคคลจะเลือกใช้บริการธนาคาร ธนาคารจะต้องมีวิธีการจูงใจ ถ้าตัวบุคคลพึงพอใจวิธีการจูงใจนั้นๆ บุคคลก็จะเลือกใช้บริการของธนาคาร การจูงใจจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะให้บุคคลเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการของธนาคาร

หน้าที่ของธนาคาร

1. ให้บริการทางการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น รับฝากเงิน โอนเงิน กู้ยืมเงิน เก็บรักษาของมีค่า รับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ชำระเงิน รับปรึกษาและให้คำแนะนำด้านการเงินในเรื่องการลงทุนธุรกิจต่างๆ แก่ลูกค้า เผยแพร่ข่าวสารความรู้ทางการเงินและเศรษฐกิจ เป็นต้น
2. สร้างและทำลายเงินฝาก ซึ่งถือเป็นหน้าที่พิเศษของธนาคารพาณิชย์โดยเฉพาะ โดยที่สถาบันการเงินประเภทอื่นไม่มีอำนาจและหน้าที่เช่นนี้ ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์ผิดแผกแตกต่างไปจากสถาบันการเงินประเภทอื่นๆ และต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมมากกว่าธุรกิจปกติอื่นทั่วไป

เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยของกนกพร จิตพุทธิ (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในเขตบางแค ภาษีเจริญ หนองแขม และกระทุ่มแบน” พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ความน่าเชื่อถือ สภาพแวดล้อม และพนักงานของธนาคาร มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคาร ทั้งนี้ลูกค้าที่มาใช้บริการในธนาคารต่างก็มุ่งหวังที่จะได้รับบริการที่ดี ซึ่งการบริการนั้นต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

พัฒนวรรณ สุกกล้า (2546, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี” พบว่า

1. ปัจจัยภูมิหลังของผู้มาใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ
2. ปัจจัยข้อมูลคุณภาพบริการของธนาคารต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของธนาคาร สภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร พนักงานของธนาคาร และการให้บริการของธนาคาร
3. ข้อเสนอแนะจากผู้มาใช้บริการ ได้แก่ ด้านสถานที่คับแคบเกินไป เก้าอี้สำหรับนั่งคอยมีน้อย ควรมีการจัดระบบคิวที่ดี ควรจัดพนักงานให้เพียงพอในการให้บริการลูกค้าในช่วงเวลาเร่งด่วน พนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใสและกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่านี้ ควรจัดให้มีตำรวจหรือพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลภายในธนาคาร

แสงชัย โชติพงษ์ศิริสกุล (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114” พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านภาพรวมของการใช้บริการด้านเงินฝากในระดับมาก เนื่องจาก

1. ด้านพนักงาน ลูกค้าที่มาใช้บริการได้สัมผัสบุคลิกภาพ อธิบาย ความรู้ความสามารถของพนักงานโดยตรง ความพึงพอใจในด้านนี้จึงเกิดจากการที่ลูกค้าได้สัมผัสเอง
2. ด้านบริการ ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับความช่วยเหลือในเรื่องการให้บริการ คำแนะนำเกี่ยวกับการรับบริการ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝาก ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่มีพนักงานให้บริการอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว
3. ด้านสถานที่ ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน เพราะต้องการความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาในการติดต่อ ขณะเดียวกันสถานที่บริการภายในกว้างขวางและจัดระบบการบริการอย่างเป็นระเบียบสวยงาม

4. ด้านความน่าเชื่อถือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเป็นประจำจะมีความคุ้นเคยกับผู้บริหารหรือพนักงานสาขา จึงมีความรู้สึกว่าการธนาคารมีความมั่นคงเชื่อถือได้ เพราะภาพลักษณ์ของธนาคารไม่เคยออกมาในทางเสียหาย และคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าตลอดเวลาที่มาใช้บริการ