

บทที่ 2

ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 กรอบทฤษฎีในการศึกษา

2.1.1. จากผลการศึกษาโครงสร้างของธนาคารพาณิชย์ไทยและสาขานาการต่างประเทศในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2530 ถึง พ.ศ.2536 โดยอาศัยเครื่องมือการกระจุกตัว (Concentration Ratio), สัดส่วนขนาด (Size Ratio), Herfindahl Index และ Entropy Index ซึ่งใช้ขนาดของเงินให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์จำนวน 29 ธนาคาร เป็นตัวแทนโดยเครื่องมือเหล่านี้ได้บ่งชี้ให้เห็นไปในลักษณะเดียวกัน คือแนวโน้มโครงสร้างตลาดของธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันสูงมากขึ้น ตลอดช่วงเวลาของการศึกษา ดังเห็นได้จากอัตราส่วนการกระจุกตัวของ 5 ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ มีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 70 ในปี พ.ศ.2530 เป็นร้อยละ 66 ในปี พ.ศ.2536 การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้มีสาเหตุมาจากธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง ธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในประเทศไทยสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากระบบธนาคารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ส่วนแบ่งทางการตลาดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาที่มีการศึกษา เป็นลักษณะของตลาดที่ใกล้เคียงกับตลาดผู้ขายน้อยราย นอกจากนี้การพิจารณาควบคู่กันระหว่างการกระจุกตัว (Concentration Ratio) กับสัดส่วนขนาด (Size Ratio) แสดงให้เห็นว่า ธนาคารพาณิชย์เป็นตลาดผู้ขายน้อยรายที่มักจะสมยอม (Collusion) กันอยู่เสมอ¹

จากโครงสร้างทางการตลาดของธนาคารพาณิชย์เป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ดังนั้นจึงมุ่งเน้นเป้าหมายเพื่อลดต้นทุน และแสวงหารายได้เพิ่ม โดยการพัฒนาบริการใหม่ๆ และมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1. บริการต่างๆของธนาคารพาณิชย์ที่ต้องการผลตอบแทนเป็นรายได้ ก็จะคิดค่าบริการให้สูงกว่าต้นทุนในการดำเนินงาน

2. บริการต่างๆของธนาคารพาณิชย์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการชักจูงลูกค้ามาใช้บริการประเภทอื่นที่มีผลตอบแทนเป็นกำไรอยู่แล้ว ก็จะคิดค่าบริการเท่าต้นทุนหรืออาจจะไม่คิดค่าบริการก็ได้

¹ รัฐวิทย์ พรหมเสน, โครงสร้างพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, หน้า 122

2.1.2. ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)

การบริหารการตลาดจะต้องดำเนินการเกี่ยวข้องกับลูกค้า หรือผู้บริโภค โดยมีเรื่องราวของพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่เป็นพื้นฐานเบื้องหลังการตัดสินใจดำเนินการต่างๆ ภายใต้ข้อจำกัดที่มีอยู่ช่วยให้การบริหารการตลาดสามารถจำกัดแนวทางของพฤติกรรม นักบริหารจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ให้สามารถเป็นกลยุทธ์ที่เอาชนะลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ ส่วนผสมทั้งสี่อย่าง (4Ps) ที่ประกอบเข้าเป็นส่วนผสมทางการตลาดคือ

1. เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) นักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะที่ดีพร้อม และเหนือกว่าคู่แข่ง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และไม่เป็นปัญหาในแง่ของการผลิตมากนัก
2. เกี่ยวกับวิถีทางการจำหน่าย (Place) นักการตลาดจะต้องตัดสินใจเสนอคุณลักษณะเด่นชัดในตราสินค้า (Brand) ที่ขาย ให้มีความสะดวกในการจัดหาในทุกที่ ในการนี้เขาย่อมจะต้องพิจารณาถึงแหล่งที่ตั้งของสถานที่ จุดขาย และเลือกสื่อกลางที่รวดเร็วและประหยัดในการผ่านสินค้าไปถึงผู้บริโภคได้อย่างคล่องตัว
3. เกี่ยวกับราคา (Price) ผู้บริหารการตลาดจะต้องกำหนดราคาขายที่เหมาะสมเมื่อพิจารณาเทียบกับของตราที่เป็นคู่แข่งและต้นทุนที่เกิดขึ้น
4. เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย (Promotion) ในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับการพิจารณาเลือกใช้วิธีการโฆษณา สื่อสำหรับโฆษณา และวิธีการส่งเสริมการขาย เพื่อให้สามารถหว่านล้อมและชักจูงให้ลูกค้าเข้าใจและมีความชอบพอในสินค้าและบริการที่เสนอขาย²

ธนาคารพาณิชย์เป็นธุรกิจบริการทางการเงินที่ต้องให้บริการหลากหลาย และมีการแข่งขันสูง จึงต้องมีการควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ความต้องการ ความคิดเห็น คำแนะนำ และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้ธนาคารได้รับข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในการรับชำระเงินค่าสาธารณูปโภคผ่านธนาคารพาณิชย์ เป็นการสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคโดยอาศัยส่วนผสมทางการตลาดเพื่อให้บริการของหน่วยงานสาธารณูปโภคและธนาคารพาณิชย์ ส่งเสริมการขายโฆษณาประชาสัมพันธ์ชี้ชวนกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการสาธารณูปโภคได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลนำไปสู่การตัดสินใจ

² ธงชัย ถิ่นดวงศ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2533, หน้า 270-271

2.1.3. ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) ผู้บริโภคที่มีความพอใจในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับอรรถประโยชน์ (Utility) ที่ได้รับซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ปรากฏอยู่ในสินค้าที่ทำให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยที่อรรถประโยชน์ที่ได้รับจะมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผู้บริโภคจะใช้ความพอใจของตนเองเป็นเครื่องวัดอรรถประโยชน์³

ดังนั้น การใช้บริการชำระเงินค่าสาธารณูปโภคผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม และอรรถประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ เช่น

1. ปัจจัยทางลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม
2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ในการจงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัจฉรา จิรพันธุ์วานิช : 2531 วิทยานิพนธ์เรื่อง การหารายได้ของธนาคารพาณิชย์ จากการวิจัยพบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2520 – พ.ศ.2530 รายได้ของธนาคารพาณิชย์จากการให้สินเชื่อมีอัตราเพิ่มขึ้นแบบชลดัดวงจร และรายได้จากการให้บริการและการลงทุนในหลักทรัพย์มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ สำหรับตั้งแต่ปี พ.ศ.2531-พ.ศ.2541 พบว่า แนวโน้มเป็นไปตามที่ได้ศึกษาไว้ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อรายได้จากการให้บริการและการลงทุนในหลักทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ ได้แก่ ปริมาณเงินลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ปริมาณสินค้าส่งออกและนำเข้า และปริมาณเงินฝาก กลยุทธ์ที่ธนาคารควรปรับปรุงในการหารายได้จากการบริการเพื่อความสำเร็จในอนาคต ได้แก่ การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรในลักษณะแนวราบ การสรรหาและปรับปรุงคุณภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูง การใช้กลยุทธ์การตลาดโดยการพัฒนาบริการใหม่ๆ ทางด้านวานิชกิจ การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์และการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดและทำให้เกิดคุณค่าของบริการในสายตาของลูกค้าผู้บริโภครที่ใช้บริการ โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางด้านการสื่อสารและคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการพัฒนา

³ ทัศนียา กุณทัตกาญจน์, หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น, งานส่งเสริมการวิจัยและตำรา กองบริการการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่, หน้า 128

จิตติวัตร พรหมเสน : 2538 วิทยานิพนธ์เรื่อง โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จากการศึกษพบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2530-พ.ศ.2536 รูปแบบการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจธนาคาร ต่อจากนี้ไปจะเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่ผ่านมา โดยเริ่มมีการแข่งขันสูงขึ้น พร้อมกันกับแนวทางของทางการที่ต้องการให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการเงินในภูมิภาคและมีการแข่งขันเสรีมากขึ้น ดังนั้นแนวทางในการปรับตัวเพื่อการเตรียมตัวสำหรับการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันมากขึ้น คือ ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในทุกด้าน โดยเฉพาะการหารายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย ซึ่งยังคงเป็นจุดอ่อนของธนาคารพาณิชย์ไทยในเวลานี้ ในขณะที่ธนาคารต่างชาติมีความชำนาญในการหารายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยมากกว่ามาประกอบธุรกิจการเงินมากขึ้น พร้อมกันนี้ยังต้องพยายามลดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และหนี้สูญที่มีอยู่มาก อีกทั้งสมควรที่จะนำเอาเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจการเงินให้มากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ไทยจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงองค์กร ระบบการบริหารงาน และโครงสร้างผู้บริหารเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน พร้อมทั้งยกเลิกการบริหารงานระบบครอบครัวซึ่งจะไม่เอื้ออำนวยต่อการควบกิจการ เร่งพัฒนาบุคลากรทางการเงิน เพื่อที่จะสามารถรองรับการเติบโตและการแข่งขันของธุรกรรมบริการทางการเงินในอนาคต ที่จะเริ่มขึ้นในประเทศไทยให้โดยเร็ว มิฉะนั้นปัญหาการขาดแคลนบุคลากรจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาของแต่ละสถาบันการเงินได้ ธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก และธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางที่มีปัญหาจำเป็นที่จะต้องขยายฐานเงินทุนของตนให้มากพอที่จะแข่งขันในตลาดการเงินได้ ธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก และธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางที่มีปัญหาควรที่จะทำการควบรวมกิจการ(Merger)เพื่อความอยู่รอดในการแข่งขันเสรีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

สันทนา วรรณบุตร : 2538 วิทยานิพนธ์เรื่อง ต้นทุนการปฏิบัติงานของธนาคาร ซึ่งได้ศึกษาต้นทุนการปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์ ในส่วนที่เป็นการคำนวณต้นทุน เพื่อการกำหนดราคาค่าบริการผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จัดทำสายการปฏิบัติงาน (Work Flow Chart) ของบริการชนิดใหม่ๆ ที่คิดค้นขึ้นมาว่าจะมีวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและดีที่สุดอย่างไร เปรียบเทียบสายการปฏิบัติงานของบริการชนิดใหม่ กับสายการปฏิบัติงานงานของหน่วยงานอื่นหรือบริการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยพิจารณาแต่ละจุดของการทำงานให้ใช้ต้นทุนต่อหน่วยที่เหมือนกันนั้นเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งของบริการชนิดใหม่ด้วย การกำหนดราคาค่าบริการของผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ขึ้นอยู่กับนโยบายของฝ่ายบริหารของแต่ละธนาคารว่า ต้องการกำไรส่วนเกินในการบริการนั้นๆก็บวกกำไรที่ต้องการเข้ากับต้นทุนที่คำนวณได้ คิดเป็นค่าธรรมเนียม หากไม่ต้องการกำไรส่วนเกิน ต้นทุนที่คำนวณได้ก็ถือว่าเป็นส่วนที่จะคิดค่าธรรมเนียมจากผู้ให้บริการ

ผลการศึกษาด้านทุนการปฏิบัติงานของธนาคาร มีขั้นตอนในการคำนวณหาต้นทุนการปฏิบัติงานเพื่อให้ผลของการคำนวณออกมาเป็นต้นทุนต่อหน่วย หรือต่อบริการแต่ละอย่าง จะแบ่งขั้นตอนในการทำงานออกเป็นขั้นตอนกล่าวคือ วิเคราะห์สายงานและเวลามาตรฐาน รวบรวมค่าใช้จ่าย และจัดสรรค่าใช้จ่ายตามหน่วยงาน เพื่อนำมาคำนวณหาต้นทุนต่อหน่วย (Cost Per Item) ได้โดยการจัดทำกระดาษทำการ (Work Sheet) ของแต่ละหน่วยงานตามสายการปฏิบัติงาน (Work Flow Chart) ที่ได้กล่าวไว้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ค่าใช้จ่ายหลังจากการจัดสรรของงานแต่ละประเภท หาดด้วยจำนวนรายการที่เกิดขึ้นในงวดระยะเวลาเดียวกัน ผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นต้นทุนตามที่ยั่งยืน

นางวี ธีระชาญณรงค์ : 2522 วิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝาก เกี่ยวกับการให้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมักประสบปัญหาต่างๆ กับธนาคารพาณิชย์ ที่สำคัญที่สุดได้แก่ปัญหาด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงออกของพนักงานธนาคารต่อผู้ให้บริการเป็นสาเหตุใหญ่ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความไม่พอใจ ปัญหารองลงไปได้แก่ ระเบียบวิธีปฏิบัติต่างๆของธนาคารพาณิชย์ บางอย่างก่อให้เกิดความยุ่งยากต่อผู้ให้บริการมาก นอกจากนี้ยังพบว่าสิ่งจูงใจที่ทำให้ผู้ให้บริการนิยมมาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็ว และความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร

2.3 ระเบียบวิธีวิจัย

2.3.1 ตัวแปรทางการศึกษา

2.3.1.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (Economic and Social Characteristics) หมายถึงสถานภาพทางการสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของลูกค้าผู้ให้บริการหักบัญชีชำระเงินค่าสาธารณูปโภคผ่านระบบธนาคารพาณิชย์และที่ชำระเงินสด ณ สำนักงานบริการประเภทนั้นๆในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.3.1.2 ความต้องการ (Needs) หมายถึง ความต้องการของผู้ใช้บริการชำระเงินค่าสาธารณูปโภควัดจากความถี่ที่ต้องการชำระเงินค่าสาธารณูปโภค โดยหักบัญชีผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.3.1.3 ปัญหา (Problems) หมายถึง ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นการบริการของธนาคารพาณิชย์ ในส่วนการให้บริการของพนักงาน บริการล่าช้า ไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ความผิดพลาดในการทำงาน และปัญหาในส่วนขององค์การสาธารณูปโภคแต่ละประเภท ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.3.1.4 ผู้ใช้บริการชำระเงินค่าสาธารณูปโภคผ่านธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ถูกค่าผู้ให้บริการเงินฝากออมทรัพย์ เพื่อหักชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS/PC แสดงผลการศึกษาเป็นร้อยละ (Percentage)

2.3.2 การดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล จะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลและสถานที่ดังนี้

2.3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม ข้อมูลที่เป็นปัจจัยต่างๆเกี่ยวกับลักษณะทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะมีผลต่อปัญหาและความต้องการใช้บริการชำระเงินค่าสาธารณูปโภค ผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ โดยการออกแบบสอบถาม 216 ชุด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม สำหรับกลุ่มผู้ใช้สาธารณูปโภคที่ไม่ได้ชำระผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ จำนวน 86 ชุด สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ธนาคารพาณิชย์ทั้งที่ใช้บริการและไม่ใช้บริการชำระเงินผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ อีกจำนวน 130 ชุด โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เลือกสาขาตัวแทนของแต่ละธนาคาร ทั้ง 13 แห่ง แล้วกำหนดตัวอย่างตามขนาดของธนาคาร ในการเลือกตัวอย่างถูกค่าผู้ให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภคของแต่ละธนาคารนั้น ใช้การคัดเลือกแบบ (Purposive Sampling) เจาะจงผู้ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ การเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างสถานที่ต่างๆคือ

จากชุมชนสายโทรศัพท์เชียงใหม่ 1-4	60 ราย
จากการไฟฟ้าภูมิภาคเขต 1 บ้านเด่น จังหวัดเชียงใหม่	26 ราย
จากธนาคารพาณิชย์ต่างๆ	130 ราย
รวม	216 ราย

2.3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการศึกษาข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์และหน่วยงานสาธารณูปโภคในเชิงนโยบายและผลงานวิจัย ที่ได้มีผู้ศึกษารายละเอียดจัดทำไว้แล้ว จากหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนมาประกอบ