

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินกิจการขององค์กรเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น จะต้องมีการกำหนดหน้าที่ของแต่ละส่วนงานให้มีความสอดคล้องกัน และประสานหน้าที่กันในแต่ละส่วนงาน ในภาพรวมจะเห็นได้ว่าการแบ่งส่วนงานออกเป็น 2 ส่วนงานใหญ่ๆ คือ ส่วนปฏิบัติเป็นการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และส่วนอำนวยการ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนอำนวยความสะดวก จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงาน และให้การสนับสนุนส่วนปฏิบัติให้มีความคล่องตัวในการประกอบกิจกรรมขององค์กร การจัดหาเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานนั้น จึงเป็นหน้าที่ของส่วนอำนวยการ ที่จะต้องมีการวางแผนจัดซื้อจัดจ้างตามความจำเป็น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กรอย่างสูงสุด ในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้ได้คุณลักษณะ (specification) ตามต้องการ และมีคุณภาพในการใช้งาน ดังนั้นการจัดซื้อจัดจ้างจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ส่วนอำนวยการต้องจัดหาทรัพยากรมาใช้ดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ เนื่องจากเป็นการใช้ทรัพยากรขององค์กรที่มีส่วนสำคัญต่อการกระตุ้นความเจริญเติบโตขององค์กร แต่การดำเนินงานที่ผ่านมามักประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการ จึงทำให้การจัดซื้อจัดจ้างขาดประสิทธิภาพ ความจำเป็นในการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กร จึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

ในส่วนของการดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ที่มีปรับกลยุทธ์การแข่งขันกัน นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และเหมาะสมแก่ความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยจะพยายามขยายสาขาให้ครอบคลุมทั่วถึง โดยเฉพาะสถาบันการเงินที่มีแผนการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้น ไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีขนาดใหญ่ เพื่อให้ครอบคลุมและบริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด : สถาบันการเงินเร่งขยายสาขา...รองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น : 27/6/2550) ซึ่งการจัดซื้อจัดจ้างที่เกี่ยวกับการก่อสร้างสาขาของธนาคารพาณิชย์ในประเทศ รวมทั้งสาขาธนาคารต่างประเทศ ในเดือนพฤษภาคม 2550 มีจำนวน 4,905 สาขา เพิ่มขึ้น 12.7% จากเดือนเดียวกันของปีก่อน (บิสิเนสไทย, 2550: <http://www.businesssthai.co.th>) หรือคิดเป็นจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 553 สาขา โดยค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างเพื่อขยายสาขาแต่ละแห่งจะใช้เงินประมาณ 5 ล้านบาท (Ohmmaq, 2550: <http://www.ohmmag.com>) หรือคิดเป็นเงินรวมเฉลี่ยประมาณ 2,763 ล้านบาท ทั้งนี้ในการขยาย

สาขาดังกล่าวผู้รับเหมางานก่อสร้างปรับปรุงตกแต่งจะมีบทบาทที่สำคัญอย่างมากในการที่จะเพิ่มช่องทางในการให้บริการกับลูกค้า และเพิ่มการหมุนเวียนด้านการเงินของรัฐกิจของท้องถิ่น อันส่งผลถึงเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

สำหรับการขยายฐานลูกค้าใหม่ธนาคารกสิกรไทยใช้ยุทธศาสตร์ “เครือธนาคารกสิกรไทยต้องการสร้างคุณค่าที่ให้มากกว่าบริการทางการเงิน” ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณภาพโดยรวมให้แก่ลูกค้า ด้วยการนำความคิดริเริ่มมาใช้ในการสร้างประโยชน์ด้วยการเพิ่มคุณค่าให้แก่ชีวิตลูกค้าที่มากกว่าบริการทางการเงิน โดยการมอบองค์ความรู้ใหม่ให้แก่ลูกค้าเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจบริหารการเงินและการใช้บริการการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (ธนาคารกสิกรไทย : รวมพลังสร้างสรรค์อนาคต. 2551) อีกทั้งมีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายและปรับปรุงภาพลักษณ์ของสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างฯ ในส่วนของการขยายและปรับปรุงสาขานั้นแต่ละปีธนาคารฯ มีการดำเนินการเป็นจำนวนมาก เช่น ปี 2541 และ ปี 2550 มีค่าใช้จ่ายในการขยายและปรับปรุงสาขาเป็นเงินจำนวนประมาณ 1,500 ล้านบาท (ธนาคารกสิกรไทย: ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงสาขา. 2549-2550) สำหรับในปี 2551 ธนาคารมีนโยบายในการขยายสาขาประมาณ จำนวนประมาณ 200 สาขา และปรับปรุงสาขาจำนวน 100 สาขา (ธนาคารกสิกรไทย : แผนการขยายปรับปรุงสาขา. 2551) ซึ่งจากการขยายและปรับปรุงสาขาดังกล่าว ทำให้ธนาคารจะต้องรับผู้รับเหมาฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้รับเหมาฯ ที่จะดำเนินการขยายและปรับปรุงสาขาจะต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับเหมาของธนาคารและจะต้องมีทุนจดทะเบียน 2.0 ล้านบาทขึ้นไป มีประสบการณ์และความชำนาญในการก่อสร้างอาคารไม่ต่ำกว่า 5 ปี อีกทั้งจะต้องมีฐานะทางการเงินที่ดี และสามารถรักษาความลับของระบบความปลอดภัยทั้งในและนอกธนาคาร ส่งผลให้ผู้รับเหมาฯ ที่เข้าเงื่อนไขดังกล่าวมีจำนวนค่อนข้างจำกัด ประกอบกับปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ พยายามที่จะเพิ่มช่องทางจำหน่ายโดยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้รับเหมาฯ มีโอกาสในการเลือกงานที่จะประมูลได้มากขึ้น ซึ่งธนาคารได้เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงมีนโยบายให้ใช้กลยุทธ์พันธมิตร (Strategic Partners) ตามแนวคิดเรื่องการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า (Partner Relationship Management) เพื่อเอื้อประโยชน์และเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่กันและกัน โดยในส่วนของ การจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารจะเป็นส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานภายในธนาคารและสำหรับผู้รับเหมาฯ การจัดซื้อจัดจ้างจะเริ่มตั้งแต่การกำหนดเงื่อนไขและการประกาศรับสมัครเป็นผู้รับเหมาฯ ของธนาคารจนถึงการอนุมัติชำระเงินค่าก่อสร้างหรือปรับปรุงสาขาดังกล่าว

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความคิดเห็นของผู้รับเหมางานก่อสร้างปรับปรุงตกแต่งสาขาต่อการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารกสิกรไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างธนาคารและผู้รับเหมาฯ อีกทั้งจะสามารถทราบปัญหาและอุปสรรคเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับนโยบายของธนาคารต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับเหมางานก่อสร้างปรับปรุงตกแต่งสาขาต่อการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารกสิกรไทย

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบความคิดเห็นของผู้รับเหมางานก่อสร้างปรับปรุงตกแต่งสาขาต่อการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารกสิกรไทย

1.3.2 ทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานของการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารกสิกรไทย

1.3.3 สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานของกรการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารกสิกรไทยให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความคิดเห็น** หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับเหมางานก่อสร้างปรับปรุงตกแต่งสาขาต่อการจัดซื้อจัดจ้างของธนาคารกสิกรไทย

**ผู้รับเหมาก่อสร้าง** หมายถึง บุคคล/นิติบุคคลที่รับจ้างก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ โดยวิธีเหมา (พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน : 2542)

**สาขา** หมายถึง สถานที่ทำการที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในบริเวณต่าง ๆ

**การจัดซื้อจัดจ้าง** หมายถึง หน่วยงานของธนาคารกสิกรไทยที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการซื้อหรือการจ้าง