

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากภาวะแวดล้อมทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงและการดำเนินนโยบายเสรีทางการเงินของไทย ทำให้ระบบธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันทางการเงินที่สูงขึ้นจากเดิมที่เคยมีบทบาทสำคัญที่สุดในตลาดเงินก็จะพบกับการแข่งขันจากสถาบันการเงินอื่น ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าธนาคารพาณิชย์ประสบกับภาวะการแข่งขันกันเองระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นที่ให้บริการคล้ายกับธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ยังต้องแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศรายใหม่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่แล้ว เป็นสถาบันการเงินที่มีความสามารถในการจัดหาเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำและมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประกอบกับมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงินมากกว่าธนาคารพาณิชย์ไทย ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ไทยจึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัวรองรับกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ด้วยการให้บริการต่างๆ ในลักษณะที่หลากหลายประเภทเพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้ตามต้องการและเพื่อให้มีการบริการที่มีรูปแบบครบวงจรและลูกค้าธนาคารพาณิชย์จะเปลี่ยนจากลูกค้ารายใหญ่มาเป็นลูกค้าขนาดกลางและรายย่อยมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าขนาดใหญ่สามารถจะหาแหล่งเงินทุนไม่ว่าจะเป็นการออกตราสารหนี้ กู้เงินเองจากต่างประเทศ หรือกู้ผ่านกิจการวิเทศชนกิจได้ สำหรับทิศทางในการแข่งขันและการปรับตัวของธนาคารพาณิชย์มีดังนี้คือ

1. การแข่งขันด้านราคา โดยการใช้กลยุทธ์อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สูง การแข่งขันทางด้านราคานี้ ธนาคารขนาดใหญ่ต้องแข่งขันกับบริษัทเงินทุนและธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็กที่เสนออัตราดอกเบี้ยสูงกว่า

2. การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา ในปัจจุบันนี้ ธนาคารพาณิชย์ไทยหลายแห่งต่างใช้งบประมาณด้านเทคโนโลยีส่วนหนึ่งในการพัฒนาสาขาของธนาคารให้เป็นระบบธนาคารอัตโนมัติ (Branch Automation) กล่าวคือ เป็นลักษณะการให้บริการที่ลูกค้าเดินเข้าไปในธนาคารแล้วสามารถเลือกใช้บริการต่าง ๆ จากเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ด้วยตนเอง โดยธนาคารจะมีการจัดมุมแบ่งการบริการเป็นสัดส่วนให้ลูกค้าได้ใช้บริการด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาในการขอใช้บริการจากธนาคาร แต่ทั้งนี้ลูกค้าก็ยังสามารถรับบริการจากพนักงานของธนาคารได้ จะเห็นได้ว่าธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งจะมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการต่างๆ ที่ทันสมัยมีการปรับปรุง

ประสิทธิภาพและเน้นคุณภาพของการบริการ การปรับโครงสร้างขององค์กรให้ทันสมัยบริการที่รวดเร็วและได้มาตรฐานสากล การให้บริการต่าง ๆ ที่หลากหลายนี้เพื่อสร้างรายได้ของธนาคาร ในรูปของค่าธรรมเนียมให้มากขึ้น

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ก่อตั้งขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ.2487ปัจจุบันมีพนักงานทั้งสิ้นประมาณ 18,800 คน จากวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ที่ผ่านมา ธนาคารกรุงเทพได้รักษาธนาคารกรุงเทพ ให้เป็นธนาคารพาณิชย์ของไทยไว้ได้ โดยสามารถแก้ไข ปัญหาการเพิ่มทุน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของธนาคารและสถาบันการเงินในช่วงปี 2541-2543 โดยไม่ได้พึ่งพาทุนจากทางการหรือสถาบันการเงินต่างประเทศเข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่แต่อย่างใด ในขณะที่สถาบันการเงินหลายสิบแห่งต้องล้มละลายไป จึงเป็นเครื่องพิสูจน์ว่าธนาคารกรุงเทพดำเนิน นโยบายและเป็นที่ยอมรับของคนภายในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างดี

ผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 13 แห่ง ที่บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด ได้รวบรวมข้อมูลจาก ธนาคารแห่งประเทศไทย ทางด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อและ ด้านสินทรัพย์ เพียงวันที่ 31 ตุลาคม 2544 รายละเอียดตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงอันดับธนาคารพาณิชย์ไทย ทางด้านเงินฝาก

หน่วย : ล้านบาท

อันดับธนาคารพาณิชย์ไทย ทางด้านเงินฝาก ณ 31 ตุลาคม 2544					
ธนาคาร	ตุลาคม	กันยายน	เพิ่ม (ลด)		ส่วนแบ่งตลาด (%)
			จำนวนเงิน	ร้อยละ	
กรุงเทพ	1,062,994	1,060,660	2,334	0.22	22.29
กรุงไทย	861,899	852,232	9,667	1.13	18.07
กสิกรไทย	669,669	661,269	8,400	1.27	14.04
ไทยพาณิชย์	608,366	602,998	5,368	0.89	12.76
กรุงศรีอยุธยา	368,858	363,072	5,787	1.59	7.73
ทหารไทย	300,371	297,722	2,649	0.89	6.30
นครหลวงไทย	246,001	251,804	-5,803	-2.30	5.16
ไทยธนาคาร	167,116	172,580	-5,464	-3.17	3.50
ศรีนคร	162,685	159,846	2,838	1.78	3.41
เอเชีย	138,374	136,916	1,458	1.06	2.90
ดีบีเอส ไทยท努	77,788	77,285	503	0.65	1.63
สแตนดาร์ดฯ นครธน	58,629	59,041	-412	-0.70	1.24
ยูโอบี รัตนสิน	46,030	42,913	3,117	7.26	0.97
รวม	4,768,780	4,738,338	30,442	10.57	100.00

ที่มา : บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด

ตารางที่ 2 แสดงอันดับธนาคารพาณิชย์ไทย ทางด้านสินเชื่อ

หน่วย : ล้านบาท

อันดับธนาคารพาณิชย์ไทย ทางด้านสินเชื่อ ณ 31 ตุลาคม 2544					
ธนาคาร	ตุลาคม	กันยายน	เพิ่ม (ลด)		ส่วนแบ่งตลาด (%)
			จำนวนเงิน	ร้อยละ	
กรุงเทพ	656,837	681,818	-24,981	-3.66	21.69
กรุงไทย	440,551	444,086	-3,535	-0.80	14.55
กสิกรไทย	439,230	445,207	-5,977	-1.34	14.51
ไทยพาณิชย์	369,970	369,581	388	0.11	12.22
กรุงศรีอยุธยา	329,646	327,603	2,043	0.62	10.89
ทหารไทย	268,813	270,152	-1,339	-0.50	8.88
นครหลวงไทย	130,525	193,977	-63,452	-32.71	4.32
ไทยธนาคาร	107,798	110,916	-3,118	-2.81	3.56
ศรีนคร	71,830	70,799	1,031	1.46	2.37
เอเชีย	71,787	70,603	1,184	1.68	2.37
ดีบีเอส ไทยท努	67,298	66,896	402	0.60	2.22
สแตนดาร์ดฯ นครชน	52,215	51,809	406	0.78	1.72
ยูโอบี รัตนสิน	21,209	20,523	686	3.34	0.70
รวม	3,027,709	3,123,970	-96,262	-33.23	100.00

ที่มา : บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด

ตารางที่ 3 แสดงอันดับธนาคารพาณิชย์ไทย ทางด้านสินทรัพย์

หน่วย : ล้านบาท

อันดับธนาคารพาณิชย์ไทย ทางด้านสินทรัพย์ ณ 31 ตุลาคม 2544					
ธนาคาร	ตุลาคม	กันยายน	เพิ่ม (ลด)		ส่วนแบ่งตลาด (%)
			จำนวนเงิน	ร้อยละ	
กรุงเทพ	1,238,398	1,237,745	653	0.05	21.85
กรุงไทย	979,920	973,327	6,593	0.68	17.29
กสิกรไทย	782,479	781,605	874	0.11	13.80
ไทยพาณิชย์	726,640	725,064	1,576	0.22	12.82
กรุงศรีอยุธยา	437,991	432,594	5,397	1.25	7.73
ทหารไทย	364,161	360,541	3,620	1.00	6.42
นครหลวงไทย	285,154	294,980	-9,826	-3.33	5.03
ไทยธนาคาร	270,205	279,609	-9,404	-3.36	4.77
ศรีนคร	181,991	179,128	2,863	1.60	3.21
เอเชีย	161,091	158,534	2,557	1.61	2.84
ดีบีเอส ไทยท努	97,134	96,035	1,099	1.14	1.71
สแตนดาร์ดฯ นครชน	75,920	78,762	-2,842	-3.61	1.34
ยูโอบี รัตนสิน	67,323	67,091	232	0.35	1.19
รวม	5,668,407	5,665,015	3,392	-2.29	100.00

ที่มา : บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด

จากตาราง จะเห็นว่าธนาคารกรุงเทพมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าธนาคารทั้ง 13 แห่ง ได้แก่ ด้านเงินฝาก 22.29% ด้านของเงินให้สินเชื่อหลังค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้ว 21.69% และด้านของ สินทรัพย์ 21.85% อาจจะเป็นเพราะว่าธนาคารกรุงเทพมีจำนวนสาขาและจำนวนพนักงานที่มากกว่า ส่งผลทำให้ศักยภาพในด้านการทำงานการหาเงินฝากหรือการหาสินเชื่อตลอดจนการ

แก้ไขหนี้เสียได้ปริมาณที่มาก จึงทำให้ธนาคารกรุงเทพได้รับส่วนแบ่งตลาดมากกว่าทุกธนาคารนั่นเอง

ธนาคารกรุงเทพมีแผนงานปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงงานต่างๆ ภายใต้โครงการสร้างสาขาใหม่ทั้ง 153 สาขาทั่วประเทศ โดยมีเป้าหมายชัดเจนในการปรับเปลี่ยนธนาคารให้เป็นองค์กรที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า 3 ประการคือ

1. เป็นองค์กรที่เอาใจใส่ลูกค้า การให้บริการและตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและ รวดเร็ว
2. เป็นองค์กรที่มีความสามารถในการคิดและพัฒนาตัวเอง และคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในสิ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอยู่เสมอ
3. เป็นองค์กรที่กระตือรือร้นต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลาและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้อย่างรวดเร็ว

เพื่อที่จะให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและให้บริการอย่างมีคุณภาพ ธนาคารกรุงเทพจึงได้ศึกษาและวิจัยพฤติกรรมของลูกค้าและพบว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการแตกต่างกัน ธนาคารจึงมีการปรับโครงสร้างองค์กรโดยมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่มและจัดตั้งสาขางานขึ้นมารองรับคือ สายลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ สายลูกค้าธุรกิจรายกลาง สายลูกค้าธุรกิจรายปลีก และสายลูกค้าธุรกิจรายบุคคล สาขาธนาคารเป็นช่องทางการขายที่สำคัญช่องทางหนึ่ง และเป็นหน้าด่านที่ธนาคารจะมีการติดต่อกับลูกค้า จึงได้มีนโยบายปรับปรุงโครงสร้างช่องทางการขายและบริการของธนาคารทางด้านระบบงานสาขา โดยมีแนวคิดที่ว่าสาขามีหน้าที่ในการขายและบริการกับกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม และสาขาของธนาคารกรุงเทพ จะมีทั้งสาขาทั่วไป (Consumer Branch) สาขาในห้างสรรพสินค้า (Micro Branch) ส่วนลูกค้าบริการตนเอง (Express Banking) ที่จะกระจายไปตามพื้นที่และบริเวณที่เป็นชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างทั่วถึง

ในจังหวัดเชียงใหม่ มีธนาคารกรุงเทพทั้งหมด 35 สาขา ซึ่งหนึ่งในนั้นคือสาขากาดสวนแก้วได้เปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าขึ้นเป็นแห่งแรก เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2537 รูปแบบสาขามาตรฐานเหมือนสาขาทั่วไป โดยเปิดบริการลูกค้าในช่วงเวลา 8.30-15.30 น. ที่ผ่านมาผู้ที่มาใช้บริการให้ความสนใจในการใช้บริการมาก เนื่องจากจะได้เดินช้อปปิ้งในห้างสรรพสินค้าแล้ว ยังสามารถเข้ามาใช้บริการทางการเงินกับธนาคารได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังสาขาที่ตั้งนอกพื้นที่ห้างสรรพสินค้า ทำให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยอาจจะถือว่าเป็นแม่แบบในการทำธุรกิจธนาคารในแนวใหม่ที่ให้บริการลูกค้าในห้างสรรพสินค้า

ธนาคารกรุงเทพได้ริเริ่มจัดทำโครงการสาขาในห้างสรรพสินค้าอย่างจริงจังในปี 2543 ซึ่งเรียกว่า สาขาไมโคร เป็นรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างไปจากสาขามาตรฐานอย่างสิ้นเชิง เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2543 ธนาคารกรุงเทพได้เปิด สาขาไมโคร แห่งแรกที่เทสโก้โลดัส สาขาเอกมัย-รามอินทรา และได้ทยอยเปิดเพิ่มขึ้นเป็นลำดับทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดปรากฏว่าลูกค้ามาใช้บริการอย่างหนาแน่นจนกระทั่งธนาคารอื่นๆ ต่างพากันเลียนแบบ ปัจจุบันธนาคารเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าไปแล้ว 44 แห่งทั่วประเทศ

การเปิดสาขาไมโคร ในห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นสถานที่ที่มีผู้คนเดินกันอย่างขวักไขว่และแวดล้อมด้วยธุรกิจหลากหลายประเภทเช่นนี้ทำให้ธนาคารต้องดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่เสมอ รวมทั้งพร้อมที่จะปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดอย่างทันท่วงที ซึ่งปรากฏว่า สาขาไมโคร นี้ เป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของธนาคารที่มีประสิทธิภาพมาก และมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ยอดขายผลิตภัณฑ์และบริการเฉลี่ยต่อจำนวนพนักงานในอัตราที่สูงกว่าสาขามาตรฐานประมาณ 7 เท่า

การให้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับหลักสากลในการให้บริการด้านการเงินการธนาคาร ในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา ธนาคารกรุงเทพได้ตัดสินใจนำแนวทางการส่งมอบบริการตามหลักการดังกล่าวมาใช้ โดยปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในประเทศไทย โครงการใหม่ของธนาคารกรุงเทพ นอกจากจะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายเพิ่มขึ้นแล้ว ยังได้นำเอาความรู้และประสบการณ์ที่สะสมอยู่ในธนาคารหลายๆ ด้านออกมาใช้เช่นด้านการออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ การตลาด ระบบงานสนับสนุน เป็นต้น การปรึกษาหารือแบ่งปันประสบการณ์กัน ก็เป็นจุดที่ทำให้ทุกคนมีโอกาสเรียนรู้งานในส่วนอื่น ๆ ของธนาคารเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกอันหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของโครงการนี้

สาขาไมโคร มีรูปแบบใหม่แตกต่างจากสาขามาตรฐานนั่นก็คือ สาขารูปแบบใหม่นี้เน้นการทำหน้าที่เป็น “ ช่องทาง “ การขยายผลิตภัณฑ์และบริการเป็นหลัก และในขั้นตอนการแปรหลักคิดของโครงการนี้ไปสู่การปฏิบัติจริง สาขาไมโคร ได้รับการออกแบบให้ไปอยู่ท่ามกลางธุรกิจค้าปลีกที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นผู้ประกอบการทุกราย ต่างก็เน้นกิจกรรมทางการตลาดในเชิงรุกเพื่อ ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า การบริการธนาคารในห้างสรรพสินค้ายังจัดว่าเป็นของใหม่สำหรับธนาคารประโยชน์ที่เห็นได้ชัดก็คือธนาคารมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น

ลักษณะการให้บริการ สาขาไมโคร ในห้างสรรพสินค้า (Micro Branch)

จุดเด่น

1. เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 – 20.00 น. ซึ่งสามารถทำธุรกรรมได้เหมือนกับธนาคารมาตรฐาน ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าสะดวกที่สุด ตลอดเวลาทำการของห้างสรรพสินค้า และที่สำคัญยังสามารถผลิตเพลนกับการช้อปปิ้งได้ในที่เดียวกันทุกวัน ไม่มีวันหยุด
2. บริการด้านเงินฝาก เช่น เปิดบัญชีใหม่ และการเปลี่ยนสมุดคู่ฝากต่างสาขา (บุคคลธรรมดา) ทำก่อนเวลา 18.00 น.ทุกวัน นำเงินเข้าบัญชีกระแสรายวัน ชำระค่าสินค้า ชำระบัตรเครดิต (ก่อนเวลา 19.00 น. ทุกวัน) ทำบัตร ATM รับคำขอเปลี่ยนแปลงรายการบัตร ATM การฝาก-ถอน เงินสด โอนเงินระหว่างบัญชี ถอนเช็คธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต่างสาขาได้ โอนเงินไปต่างจังหวัด ขายตราสารการเงิน (แคชเชียร์เช็ค เช็คของขวัญ ครีฟ) รับชำระค่าสินค้าบริการ รับชำระค่าโทรศัพท์ / การสื่อสาร และมีแนวโน้มบริการเพิ่มเติม คือ รับซื้อเงินตราต่างประเทศสกุลหลัก
3. บริการด้านสินเชื่อ ได้แก่ ให้คำแนะนำบริการธนาคาร เช่น บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย (สินเชื่อบ้านหลัง) บริการสินเชื่อSMEsทุกประเภท บริการสินเชื่อส่วนบุคคล บริการรับชำระสินเชื่อ
4. บริการด้านบัตรเครดิต ได้แก่ รับคำขอสมัครบัตรเครดิต รับคำขอสมัครเป็นร้านค้าบัตรเครดิต รับชำระบัตรเครดิต รับเชลลสลิปร้านค้าบัตรเครดิตเข้าบัญชี
5. บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ ได้แก่ ตู้ ATM (เปิด 24 ชั่วโมง) ตู้เครื่องรับฝากเงินสด ชำระค่าสินค้า และนำเช็คเข้าบัญชี (เปิด 24 ชั่วโมง) ตู้เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (เปิด 6.00-23.00 น.) และ ตู้เครื่องปรับยอดสมุดเงินฝากอัตโนมัติ (เปิด 10.00 – 23.00 น.)
6. ฝากเงินกระแสรายวันได้ ก่อนเวลา 19.00 น.

จุดด้อย

- 1 ฝากเงินสดได้ครั้งละไม่เกิน 500,000 บาท ต่อบัญชี ต่อวัน
- 2 ถอนเงินสดได้ครั้งละไม่เกิน 100,000 บาท ต่อบัญชี ต่อวัน
- 3 โอนเงินระหว่างบัญชีได้ครั้งละ 1,000,000 บาท ต่อบัญชี ต่อวัน
- 4 ระยะเวลาในการเรียกเก็บเงินจากเช็ค 3 วัน โดยผ่านตู้เครื่องรับฝากเช็ค
- 5 ไม่สามารถทำรายการ โอนเงินไปยังธนาคารอื่นได้

6 ไม่สามารถโอนลอยได้

จะเห็นได้ว่า สาขาไมโคร ของธนาคารกรุงเทพ เป็นแนวคิดและกลยุทธ์แนวใหม่ของธนาคาร ซึ่งเป็นสาขาที่เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุดสามารถให้บริการได้นอกเหนือเวลาทำการปกติของธนาคารมาตรฐานแล้ว ซึ่งเป็นจุดสำคัญในการพัฒนาการให้บริการ ทำให้วันและเวลาไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการให้บริการอีกต่อไป ปัจจุบันสาขาไมโคร ในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 3 สาขาซึ่งตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการมีหลากหลายอาชีพ มีความแตกต่างของระดับรายได้และการศึกษา ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการที่เคาน์เตอร์หรือเลือกใช้ผ่านเครื่องอัตโนมัติได้ตามความสะดวก ขึ้นอยู่วัตถุประสงค์และความต้องการในการใช้บริการที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นการฝากเงินหรือถอนเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ สาขาไมโคร เป็นสาขาที่เปิดดำเนินการไม่นานนักและมีขนาดเล็กกว่าสาขามาตรฐาน จึงมีข้อจำกัดและขอบเขตการให้บริการตลอดจนเงื่อนไขการให้บริการมากมาย ดังนั้นจึงทำให้สนใจที่จะศึกษาการให้บริการ สาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้าว่ามีปัญหาอะไรบ้างที่จะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของผู้บริโภคตลอดจนทัศนคติและปัญหาของผู้มาใช้บริการ ไม่ว่าในด้านการให้บริการด้านเคาน์เตอร์และเครื่องอัตโนมัติ นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการของส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทำให้ “ ผู้ให้บริการ “ และ “ ผู้รับบริการ “ ได้รับประโยชน์สูงสุด

1.2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ สาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้า
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมเปรียบเทียบการใช้บริการในด้านต่างๆ ของลูกค้าส่วนบุคคล สาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้า และสาขาย่อยมาตรฐาน
3. เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติและปัญหาของผู้มาใช้บริการ สาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้า

1.3. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ เช่น สถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ที่จอดรถ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน ความสะดวก ความตั้งใจที่จะมาใช้บริการ ความบังเอิญที่มาใช้บริการ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานสามารถนำไปวางแผน

ดำเนินงานให้บริการหรือขยายตลาดและสอดคล้องกับยุคสมัยปัจจุบันที่มุ่งเน้นการบริการด้านคุณภาพและเทคโนโลยีใหม่ๆ ผู้บริโภค

2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าส่วนบุคคลในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ระหว่างสาขาไมโคร กับสาขาย่อยมาตรฐาน เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน การชำระบัตรเครดิต โอนเงินไปต่างประเทศ รับชำระค่าโทรศัพท์และการสื่อสาร เป็นต้น
3. ทำให้ทราบถึงทัศนคติและปัญหาของผู้มาใช้บริการ ด้านเคาน์เตอร์ และ เครื่องอัตโนมัติ ของสาขาไมโคร เช่น ความสะดวกรวดเร็ว ความพึงพอใจ ความถูกต้องเที่ยงตรง ความเข้าใจในการใช้บริการของเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานที่ให้บริการ สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไข พัฒนาการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ผู้ให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด
4. ทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทย หรือหน่วยงานองค์กรอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่ในรูปแบบการให้บริการ สามารถนำประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาไปปรับกลยุทธ์และพัฒนาเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ในการให้บริการสูงสุด

1.4. แผนการดำเนินการ ขอบเขตและวิธีการวิจัย

ศึกษาถึงพฤติกรรมของการใช้บริการ จากสาขาย่อยมาตรฐานและสาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ที่มีการใช้บริการจากสาขามาตรฐานตามปกติอยู่แล้ว โดยมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ ตลอดจนทัศนคติและปัญหาที่ผู้มาใช้บริการได้รับในด้านการบริการต่างๆ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่มาใช้บริการ สาขาไมโคร ของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ตามห้างสรรพสินค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่สาขาในห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน และห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี

1.5. นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

Micro Branch (สาขาไมโคร) หมายถึง เป็นธนาคารสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า ซึ่งสามารถให้บริการด้านธุรกรรมได้เหมือนกับธนาคารสาขามาตรฐาน ในเวลาและสถานที่ที่ผู้ใช้บริการสะดวกเปิดบริการตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึง 20.00 น. โดยมีบริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ เพื่อ

ความสะดวกรวดเร็วทันใจ ได้ตลอดเวลาทำการของห้าง และที่สำคัญผู้ใช้บริการสามารถ
 เพลิดเพลินกับการช้อปปิ้งได้ในที่เดียวกันทุกวัน ลักษณะพิเศษ ไม่มีวันหยุดบริการ

Bahtnet หมายถึง เป็นการบริการโอนเงินจากบัญชีเงินฝากที่มีอยู่กับธนาคารเข้าบัญชีเงิน
 ฝากของบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีบัญชีกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ในประเทศผ่านระบบ Bahtnet ของ
 ธนาคารแห่งประเทศไทย การรับคำขอบริการตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 12.00 น. อัตราค่าธรรมเนียม
 ค่าโอน 250 บาทต่อรายการ ลักษณะเด่น สะดวกปลอดภัย สำหรับลูกค้าที่มีการโอนเงินชำระกัน
 จำนวนสูง

Money Transfer หมายถึง การโอนเงินชำระสินเชื่อดังสาขา (ไม่เสียค่าธรรมเนียม)

Express Deposit Box หมายถึง เครื่องรับฝากเงินสด ชำระสินค้า และ นำเช็คเข้าบัญชี
 (ไม่มีค่าธรรมเนียม) สะดวกแก่ผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องเข้าแถวในการรับบริการจากเคาน์เตอร์

Cash Deposit Machine หมายถึง เครื่องสำหรับรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (ไม่เสียค่า
 ธรรมเนียม) สะดวกแก่ผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องเข้าแถวในการรับบริการจากเคาน์เตอร์

Passbook Update หมายถึง เครื่องปรับยอดสมุดเงินฝากอัตโนมัติ (ไม่เสียค่า
 ธรรมเนียม) สะดวกแก่ผู้ใช้บริการโดยไม่ต้องเข้าแถวในการรับบริการจากเคาน์เตอร์

Automatic Teller Machine (A.T.M.) หมายถึง บัตรที่ออกโดยธนาคารสามารถนำไป
 ใช้บริการต่างๆ เช่น ฝาก-ถอน สอบถามยอดเงิน บริการ Bualuang Phone โอนเงินระหว่าง
 บัญชี และ โอนเงินไปบุคคลที่ 3 เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปใช้บริการตู้ที่ธนาคารจัดให้ทุกวัน
 ตลอด 24 ชั่วโมง (กรณีฝากเงินสด จากตู้เอทีเอ็ม จะถือวันฝาก ณ วันทำการถัดไป)

Bualuang Phone หมายถึง ลักษณะการให้บริการของธนาคารทางโทรศัพท์ หรือ
 โทรสาร สำหรับลูกค้าผู้ถือบัตร ATM. และบัตรเครดิตของธนาคาร โดยสามารถใช้บริการด้านการ
 เงินต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ทั้งที่บ้าน และสำนักงาน