

การศึกษาโครงการ K SME Care เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดอบรม

ให้แก่ผู้ประกอบการของธนาคารกสิกรไทย

รชนิสนันท์ เอื้องชูถิ่น, ไพรินทร์ สมภพสกุล

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการ

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทรศัพท์: 082-6333300, Email: Armyamy001@hotmail.com

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์: 081-5644819, Email: pairin.som@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “การศึกษาโครงการ K SME Care เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการของธนาคารกสิกรไทย” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการลดน้อยลง
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดอบรมครั้งต่อไป ของธนาคารกสิกรไทยสำหรับกลุ่มลูกค้า

ผู้ประกอบการSME เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามโครงการ K SME Care

จากการศึกษาผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่ง ผู้ประกอบการSMEที่เคยเข้าร่วมอบรมกับโครงการ K SME Care กลุ่มที่สอง ผู้ประกอบการSMEทั่วไป ที่ไม่เคยเข้าร่วมอบรมกับโครงการ K SME Care และมีผลประกอบการ 10-400 ล้านบาท / ปี ในจำนวนกลุ่มละ 50 คน ซึ่งใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ การแจกแจงค่าความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์โดยการสรุปจากคำตอบ ที่ผู้ตอบได้ให้ความคิดเห็นแล้วค่อยนำคำตอบที่ได้นั้นมาสรุปเป็นประเด็นต่างๆ

จากการศึกษาพบว่า

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าร่วมอบรมในโครงการ K SME Care ทำให้ทราบถึงปัจจัยของสภาพแวดล้อมที่สามารถส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการลดลง ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเข้าร่วมโครงการก็ต่อเมื่อ หัวข้อในการอบรมตรงกับสถานการณ์เศรษฐกิจ หรือตรงกับความสนใจของผู้ประกอบการ

และผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมอบรมในโครงการ K SME Care ทำให้ทราบถึงปัจจัยของสภาพแวดล้อมที่สามารถส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการลดลง คือ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ SME ที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ K SME Care มีปัจจัยมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ทั่วถึง จึงทำให้ไม่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ K SME Care และผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่มีความสนใจในหัวข้อการอบรมด้านต่างๆต่อไปนี้ คือ ด้านการขาย ด้านการตลาด ด้านการเงิน ตามลำดับ

บทนำ

ตลอดระยะเวลากว่า 65 ปีที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใต้คำขวัญของธนาคารที่ว่า “บริการทุกระดับประทับใจ”

ธนาคารกสิกรไทยอยู่ในฐานะเป็นผู้ช่วยเหลือทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ SME การที่ธนาคารจะมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสารใหม่ๆที่ทันต่อเหตุการณ์ ย่อมทำให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นที่มาของการพัฒนาเพื่อสังคมของโครงการ K SME Care สำหรับคำว่า C A R E นั้น มาจากคำ 4 คำ คือ

1. C-Capital คือ การจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการเงินร่วมทุน (Venture Capital) โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย (KAsset) ด้วยเงินลงทุนขั้นต่ำ 200 ล้านบาท เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการ SME ในการระดมเงินทุน ซึ่งการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนนี้เป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการ SME ในการระดมเงินทุนเพิ่มนอกเหนือจากการขอสินเชื่อจากธนาคาร

2. A-Advice ธนาคารกสิกรไทยต้องการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ SME โดยร่วมมือกับสถาบันทั้งภาครัฐ และเอกชนในการเป็นที่ปรึกษาธุรกิจในด้านต่างๆ

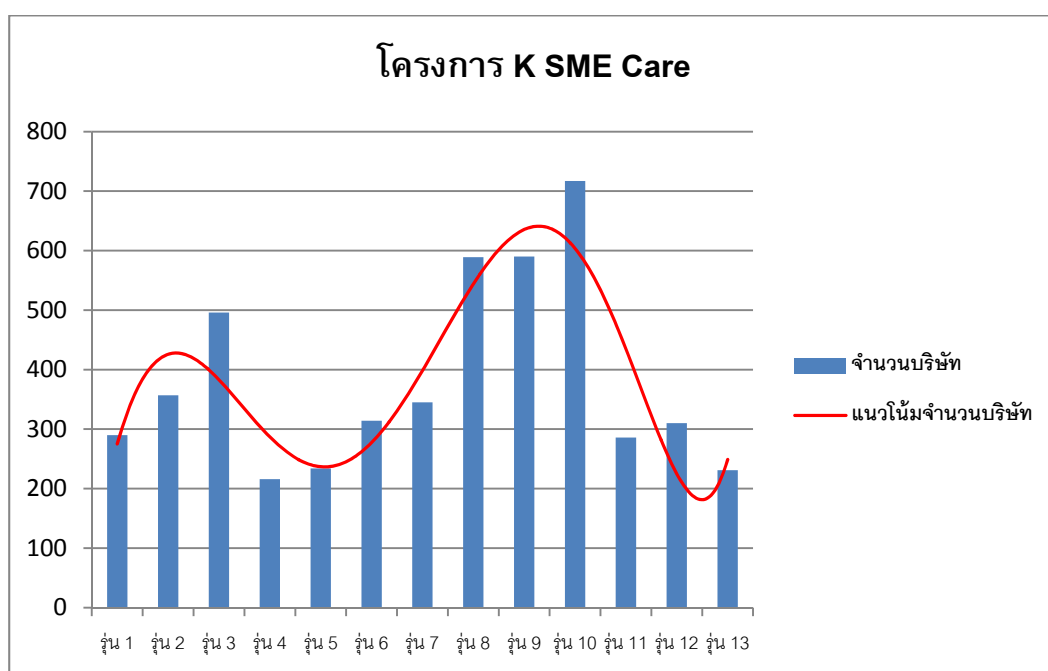
3. R-Research คือการให้ข้อมูล ความรู้ข่าวสารใหม่ๆ แก่ลูกค้าผู้ประกอบการSME ของธนาคารเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ ทำธุรกิจ รวมทั้ง เพื่อเพิ่มความรู้ และสามารถพัฒนาธุรกิจให้สำเร็จได้ โดยผู้ประกอบการSME จะได้รับสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch)

4. E-Education ธนาคารกสิกรไทยร่วมกับสถาบันภาครัฐ และเอกชนในการจัดการคอร์ส อบรมเพื่อพัฒนาความรู้หลากหลายแขนงให้แก่ผู้ประกอบการSMEทั่วประเทศ โดยจะเปิดอบรมเป็นหลักสูตรต่างๆ

ปัญหาและลักษณะปัญหาที่สำคัญขององค์กร

การศึกษาการฝึกอบรมโครงการ K SME Care ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งแม้เป็นงานที่ไม่ได้สร้างรายได้ให้กับธนาคารโดยตรง แต่มีความสำคัญในการช่วยให้ฝ่ายบริหารการตลาด ลูกค้าธุรกิจ สามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ผลการวิจัยนี้ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านของการปรับปรุงในการวางแผนการจัดอบรม หรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการSME



แผนภูมิที่ 1.1 แสดงจำนวนบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ K SME Care ตั้งแต่รุ่น 1 – รุ่น 13

โครงการ K SME Care ได้ร่วมกับสถาบันภาครัฐและเอกชนในการจัดอบรมขึ้น เพื่อพัฒนาความรู้ในแขนงต่างๆ และเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการSME แต่ลักษณะปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ในแต่ละปีมีผู้ประกอบการSME เข้าร่วมโครงการน้อยลงและยังไม่ทราบสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการลดลง

จากแผนภูมิด้านบน แสดงให้เห็นถึงจำนวนบริษัททั้งหมดที่เข้าร่วมโครงการ K SME Care ตั้งแต่รุ่น 1-13 มีจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าอบรมไม่เท่ากัน โดยเมื่อเทียบจำนวนผู้ประกอบการSMEที่เข้าร่วมโครงการย้อนหลัง 3 รุ่น เริ่มตั้งแต่รุ่น 11 จนถึงรุ่น 13 ที่มีจำนวนผู้ประกอบการSMEลดลงอย่างชัดเจน ซึ่งจะส่งผลเสียอย่างมากต่อโครงการ K SME Care ในระยะยาว หากโครงการ K SME Care ที่จัดตั้งขึ้นมา 13 รุ่น มีจำนวนผู้ประกอบการSME ที่เข้าร่วมกิจกรรมลดลงเรื่อยๆ ส่งผลให้เจตนาารมณ์ในการจัดตั้งโครงการ K SME Care ไม่ประสบผลสำเร็จ

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เรื่อง การศึกษาโครงการ K SME Care เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการของธนาคารกสิกรไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis)

เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาดระดับมหภาค (Macro Environment) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมด้านการเมือง (Political Environment), สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment), สภาพแวดล้อมด้านสังคม (Social Environment) และสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Environment) (รัชนี ศรีนวล, 2552: 14)

2. แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยทางการแข่งขัน (Five Forces Model)

Five Forces Model เป็น Model ที่นิยมกันมากในการวิเคราะห์ตลาดเพื่อให้รู้ถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจของเรากับสิ่งรอบข้างที่มีผลต่อการทำธุรกิจของเรา และเป็นการพิจารณาแรงที่กระทำกับองค์กรหรือหน่วยธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใน 5 ด้าน คือผู้จัดส่งสินค้า (Supplier), ผู้ซื้อ (Buyer), ผู้ประกอบการรายใหม่ (New entrant), สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน

(Substitute product) และคู่แข่งเดิม (Existing competitors) (ไกรสิทธิ์ รุ่งเรืองและอัจฉริยา อุดมฉวี, 2551: 21-22)

3. แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (7S Model)

การวิเคราะห์สภาพภายในองค์กร เป็นการตรวจสอบสมรรถนะขององค์กรที่จะช่วยบ่งบอกถึงจุดแข็งที่จะใช้ให้เป็นประโยชน์ กับจุดอ่อนที่จะต้องแก้ไข โดยจะพิจารณาจากตัวแบบ 7 ปัจจัย (7S Model) ของ R. Waterman คือ ระบบ (System), โครงสร้าง (Structure), กลยุทธ์ (Strategy), บุคลากร (Staff), ทักษะ (Skill), สไตล์ (Style) และค่านิยมร่วม (Shared values) (R. Waterman, 1980: 21)

4. แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) หรือสิ่งนี้อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรต่อไป (จิณห์สิญา สีวราภรณ์สกุล, 2551: 20)

5. แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

TOWS Matrix คือ การกำหนดกลยุทธ์ หรือเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับปัจจัยแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอก จากการวิเคราะห์ SWOT โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix โดย TOWS Matrix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ สามารถให้ความหมายได้ดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy), กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy), กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) (รัชนี้ ศรีนวล, 2552: 20-21)

6. แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์ (Strategies)

สามารถแบ่งการกำหนดกลยุทธ์ได้เป็น 3 ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy), กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

7. ทฤษฎีแรงจูงใจ

นักทฤษฎีหลายท่านมีความเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดและควบคุมโดยแรงจูงใจต่างๆ ซึ่งแรงจูงใจนั้นจะแตกต่างกันไปตามบุคลิกและลักษณะของแต่ละบุคคล ดังนั้นทฤษฎีแรงจูงใจนั้นมีหลายทฤษฎีและแตกต่างกันออกไป เช่น ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human Motivation), ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด (McClelland's Achievement Motivation Theory), ทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ หรือทฤษฎี ERG (Alderfer's Existence – Relatedness – Growth Theory) และทฤษฎีแรงจูงใจของเฮอริชเบอร์ก (Herzberg's Motivation-Hygiene factor Theory)

8. ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างมากระตุ้นบุคคลให้เกิดความพึงพอใจได้นั้นจะต้องมีแรงจูงใจให้เกิดขึ้น ซึ่งมีนักจิตวิทยาและผู้วิจัยได้กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ต่างๆ เช่น เฮอริชเบอร์ก (Herzberg, 1959: 186) ได้คิดทฤษฎีการจูงใจแบบมีปัจจัย 2 ด้านคือ ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจ (Satisfiers) และปัจจัยทางด้านความไม่พึงพอใจ (Dissatisfiers) เป็นต้น

9. ทฤษฎีประสิทธิภาพ

คำว่าประสิทธิภาพ ในวงการธุรกิจหมายถึง การบริหารจัดการที่จะนำมาซึ่งผลกำไรหรือขาดทุน ดังนั้นองค์กรควรมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ได้มีผู้วิจัยหลายท่านได้กล่าวถึงภาพรวมของประสิทธิภาพที่เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ต่างๆ เช่น จินดาลักษณ์ วัฒนสินธุ์ (2530: 70) ประสิทธิภาพ ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของประสิทธิผล มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผล การวัดประสิทธิภาพโดยทั่วไปจะวัดเป็นอัตราส่วนของผลผลิตต่อปัจจัยนำเข้าในการผลิตหรือค่าใช้จ่ายต่อหน่วย เป็นต้น

10. แนวคิดการบริหารโครงการ (Project Management)

แนวคิดในการบริหารโครงการนั้นเป็นการประยุกต์ใช้ความรู้ในหน้าที่ของผู้บริหารได้แก่ การวางแผน การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยความสะดวกและการควบคุมรวมทั้ง ทักษะเครื่องมือและเทคนิคในการทำกิจกรรมของโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดภายใต้ข้อจำกัดในด้านเวลา งบประมาณและลักษณะเฉพาะของผลงาน และมีเป้าหมายในการบริหารโครงการ และการบริหารโครงการก็มีความแตกต่างกันอยู่ 3 ประการ คือ (ปกรณ

คำกอง, 2552: paragraph 4) 1. ขอบเขตของโครงการ เป็นสิ่งที่โครงการต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ 2. ระยะเวลา ที่เกี่ยวข้องกับตารางการปฏิบัติงาน 3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแรงจูงใจ ทฤษฎีความพึงพอใจ และทฤษฎีประสิทธิภาพ และได้มีผู้วิจัยหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้ คณิต จิตรักษา (2536: 109) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของสมาชิกในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่, นภาพร เจตะวัฒนะ (2547) ศึกษาถึงรูปแบบจูงใจในการโฆษณาเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในกลุ่มสาวโสด, สมพร จักร์เพชร (2547: 32) ได้ศึกษาในเรื่องของระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), ซาลินี โชติยานนท์ และยุภาวรรณ จันทะสีละ (2549: 38) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษปัจจัยการจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในจังหวัดนนทบุรี, อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก, จิราภรณ์ พลสวัสดิ์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: สังกัดภาคนครหลวง 4, กัลยา แจ่มแจ่ม (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี, มัณฑนา เสนาธรรม (2545: 41) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดลำปาง, ปิยวดี สอนสิงห์ (2543: 37) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของพนักงานต่อปัจจัยจูงใจในการทำงาน : กรณีศึกษาบริษัท บูทส์ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ชลธิชา ไชยทิพย์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่”, จุไรรัตน์ สุดรุ่ง (2539: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานวิชาการในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษากรณีศึกษาโรงเรียนที่ได้รับรางวัลพระราชทานในกรุงเทพมหานคร, เปอร์กีย์ และสมิธ (Perkey and Smith, อ้างถึงใน แสงเลย สุขสมัย, 2543: 7-8) ได้ทำการวิจัยโรงเรียนมัธยมศึกษาที่ประสบความสำเร็จ 571 โรงเรียน และเอดมันส์ บรูกโอเวอร์ (Edmonds Brookover, อ้างถึงใน แสงเลย สุขสมัย, 2543: 6-7) ได้วิจัยถึงอิทธิพลของสิ่งต่างๆ ที่มีผลต่อนักเรียนถึง 3 ครั้ง

ระเบียบวิธีการศึกษาและผลการศึกษา

โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาโครงการ K SME Care เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจับอบรมให้แก่ผู้ประกอบการของธนาคารกสิกรไทย” นี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างแรก จากจำนวนประชากรทั้งหมดของโครงการ K SME Care รุ่น 13 ที่เข้าร่วมโครงการอบรม จำนวน 231 คน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามาจำนวน 50 คน และกลุ่มตัวอย่างที่สอง จากจำนวนประชากรของผู้ประกอบการ SME ที่เป็นเจ้าของธุรกิจหรือเป็นทายาท และมีผลประกอบการ 10 – 400 ล้านบาท ต่อปี ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ SME จำนวน 50 คน

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าร่วมอบรมในโครงการ K SME Care ทำให้ทราบถึงปัจจัยของสภาพแวดล้อมที่สามารถส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการ SME ลดลง เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเข้าร่วมโครงการก็ต่อเมื่อ หัวข้อในการอบรม ตรงกับสถานการณ์เศรษฐกิจ หรือตรงกับความสนใจของผู้ประกอบการ SME ดังนั้นควรมีการปรับเปลี่ยนหัวข้อให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ให้มากที่สุด พร้อมกันนั้นผู้ประกอบการ SME มีความคาดหวังที่จะได้พันธมิตรทางธุรกิจเป็นอันดับแรกของการเข้าร่วมโครงการ K SME Care จึงควรจัดกิจกรรมที่หลากหลายและให้เหมาะกับผู้ประกอบการ SME มากที่สุด เป็นการละลายพฤติกรรมและยังเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกันของผู้ประกอบการ SME

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมอบรมในโครงการ K SME Care ทำให้ทราบถึงปัจจัยของสภาพแวดล้อมที่สามารถส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการลดลงอีกเช่นกัน เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ SME ที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ K SME Care มีปัจจัยมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ทั่วถึง จึงทำให้ไม่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับ

โครงการ K SME Care และผู้ประกอบการSME ส่วนใหญ่มีความสนใจในหัวข้อการอบรมด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ ด้านการขาย ด้านการตลาด ด้านการเงิน ตามลำดับ

การสรุปกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหา ได้เปรียบเทียบจากการหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในบทที่ 3 ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลยุทธ์การเจาะตลาดมุ่งเน้นความสัมพันธ์ (Market Penetration) ในการนำมาแก้ไขปัญหาจำนวนผู้ประกอบการSME ในโครงการ K SME Care ที่ลดลงซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี และเป็นกลยุทธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและใช้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ อีกทั้งยังได้เผยแพร่ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโดยการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆของศูนย์วิจัยกสิกรไทยไปด้วย พร้อมกันนั้นยังทำให้ธนาคารกสิกรไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการดำเนินงาน แต่อย่างไรก็ตามควรมีการสลับกันระหว่างการจัดสัมมนา และการส่งข้อมูลให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าการธนาคารให้ความสนใจลูกค้าอย่างดีเสมอมา ดังนั้นการนำกลยุทธ์การเจาะตลาดมุ่งเน้นความสัมพันธ์ (Market Penetration) มาใช้จะส่งผลดีให้กับธนาคาร คือ ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในการจัดอบรมแต่ละครั้งได้มากขึ้น และแนวทางในการจัดอบรมครั้งต่อไปของธนาคารกสิกรไทยสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการSME เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามโครงการ K SME Care คือ การจัดอบรม 2 ครั้ง / ปี พร้อมกับการจัดทำวารสารให้กับผู้ประกอบการSME อีก 2 ครั้ง / ปี จะทำให้ทางธนาคารมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลงเท่ากับ 332,000 บาท

ข้อจำกัดของการศึกษา

1. ในด้านระยะเวลาในการศึกษาและค้นคว้ามีอย่างจำกัด
2. ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามมีจำกัด จึงทำให้ข้อเสนอแนะยังมีไม่มาก

เท่าที่ควร

3. ข้อมูลบางอย่างทางธนาคารกสิกรไทยไม่สามารถเปิดเผยได้
4. ประเภทธุรกิจจากการสำรวจในแบบสอบถามอาจมีความคลาดเคลื่อนกับข้อมูลจริง

เนื่องจากบางธุรกิจเป็นทั้งผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย (ส่งและปลีก) และในส่วนของข้อมูลจริง บางบริษัทนั้นไม่ได้ระบุประเภทธุรกิจไว้

ข้อเสนอแนะ

1. กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งจากหลายกลยุทธ์ ซึ่งสามารถนำกลยุทธ์อื่นๆมาใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้เช่นกัน
2. ควรทำการศึกษาและค้นคว้า ในขณะที่โครงการ K SME Care ในรุ่นนั้นๆอยู่ในช่วงที่กำลังจัดอบรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัลยา แจ่มแจ่ม. 2549. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี.” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไกรสิทธิ์ รุ่งเรือง และอัจฉริยา อุดมฉวี. 2551. “การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน กรณีศึกษา: ห้างหุ้นส่วนจำกัด คานาอัน พร็อพเพอร์ตี้.” บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการ จัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. รายงาน.
- คณิต จิตรรักษา. 2536. “แรงจูงใจของสมาชิกในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรใน จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- จิณห์สิญา สิวราภรณ์สกุล. 2551. “การศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าชุดชั้นในของห้างฯเครือ บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย.
- จิราภรณ์ พลสุวดี. 2549. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรี ออยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: สังกัดภาคนครหลวง 4.” กรุงเทพฯ: การจัดการ ภาครัฐและเอกชนมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จุไรรัตน์ สุตรุ่ง. 2539. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษา ขนาดใหญ่สังกัดกรมสามัญศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนที่ได้รับรางวัลพระราชทาน ในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลธิชา ไชยทิพย์. 2545. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่.” บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาลินี โชติยานนท์ และยุภาวรรณ จันทะสิละ. 2549. “การศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาในจังหวัดนนทบุรี”. โรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พัฒนาวิชาการ.
- นภาพร เจตะวัฒนะ. 2547. “รูปแบบจูงใจในการโฆษณากับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) ในกลุ่มสาวโสด.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. บทคัดย่อ.
- ปกรณ ค่ำกอง. 2009. แนวคิดของการบริหารโครงการ (**The Principle of Project Management**) [ออนไลน์]. 23 ธันวาคม 2553 เข้าถึงได้จาก:
<http://gotoknow.org/blog/1education/292750>
- ปิยวดี สอนสิงห์. 2543. “ความพึงพอใจของพนักงานต่อปัจจัยจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษา บริษัท บิวส์ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มัทธนา เสนาธรรม. 2545. “ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดลำปาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชณี ศรีนวล. 2552. “การศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจรายชิบช้กรณีศึกษา บริษัท สหชาติเศรษฐกิจ จำกัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมพร จักร์เพ็ชร. 2547. “ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต การบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เกरिक.
- แสงเลย สุขสมัย. 2543. “ประสิทธิภาพของโรงเรียนมัธยมศึกษาที่ใช้วิธีการรับนักเรียนเข้า ศึกษาต่างกัน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรทัย เชิดชูธรรม. 2545. “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ ไทยในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาษาต่างประเทศ

- Herzberg, F. 1959. **The motivation to work**. New York: Wiley.
- McClelland, D.C. 1987. **Human motivation**. New York: Cambridge University Press.
- Maslow, Abraham H. 1960. **Motivation and personality**. New York: Harper and Row.
- Waterman, R. Jr; Peters, T.; Phillips, J.R. 1980. “Structure is not organization.” **Business Horizons**. v23/3 pp. 21.