

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ธนาคารเป็นสถาบันการเงินที่มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งในสภาวะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันมากในปัจจุบัน ธนาคารต่างๆ ได้มีการนำกลยุทธ์ และเทคนิควิธีในการให้บริการต่างๆ ทางด้านการเงินมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีจุดประสงค์ในการก้าวสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจ และการสร้างความได้เปรียบในตลาดแข่งขันซึ่งจะเห็นได้ว่า ธนาคารในปัจจุบันได้นำหลักการตลาด การขาย และการบริการประกอบกับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาผสมผสานเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (ศิริลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์, 2546)

การบริการทางด้านเงินฝาก เป็นบริการหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก และถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากเป็นด่านแรกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ธนาคารจึงต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ และพึงพอใจมากที่สุด โดยปกติแต่ละธนาคารจะมีบริการเงินฝากอยู่ 3 ประเภทหลัก คือ เงินฝากประเภทกระแสรายวัน เงินฝากประเภทออมทรัพย์ และเงินฝากประเภทฝากประจำ ซึ่งทางธนาคารจะทำการระดมเงินฝากที่ได้เพื่อนำไปปล่อยกู้ให้กับภาคเอกชนและรัฐบาล โดยธนาคารจะได้รับผลประโยชน์ในแง่ของดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียมในการบริการทางการเงินต่างๆ ทำให้บริการทางด้านเงินฝากมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของแต่ละธนาคารอย่างยิ่ง

ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งธนาคารที่ได้มีการประกาศ ระดมเงินฝากเพิ่ม 10-15% เพื่อรองรับการเติบโตของสินเชื่อที่มีการคาดการณ์เอาไว้ว่าจะเกิดขึ้นในปี 2554 นี้ โดยทำการระดมเงินฝากผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์เงินชนิดออมพิเศษในรูปแบบต่างๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงใจ หรือการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว หรือเงินฝากประจำพิเศษที่มีระยะเวลาการฝากที่ยาวขึ้น และเงินฝากที่พ่วงกับผลิตภัณฑ์การลงทุนของธนาคาร ทั้งประกันชีวิต กองทุนรวม และเงินฝากในรูปแบบอื่น ที่เน้นการให้อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นหากฝากเงินภายใต้โครงการดังกล่าว เช่น เงินฝากประจำได้กับได้ หรือ เงินฝากประจำแบบดอกเบี้ยก้าวหน้ากระโดด ซึ่งเป็นสองโครงการหลักที่สามารถเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารได้มากถึง 8-9 หมื่นล้านบาท ในช่วงปี 2553 ที่ผ่านมา (โพสท์ทูเดย์, 2554: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดที่มีความเจริญในทุกๆด้าน ทั้งเศรษฐกิจ การค้า การท่องเที่ยว และเทคโนโลยี ประกอบกับการมีบริษัท

ห้างร้าน และธนาคารอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณาเฉพาะธนาคารไทยพาณิชย์แล้ว พบว่า จังหวัด เชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีสาขาธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุดในเขตภาคเหนือ ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 36 สาขา โดยแบ่งเป็น 25 สาขาในเขตพื้นที่อำเภอเมือง

ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์ ซึ่งเป็นสาขาเดียวในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เคย ได้รับรางวัลธนาคารต้นแบบในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 2 ปี ซ้อนเมื่อปี พ.ศ.2548 และ พ.ศ. 2549 พร้อมทั้งยังเป็นสาขาที่มีความเก่าแก่ ซึ่งเปิดให้บริการเป็น สาขาที่ 4 ในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2521 โดยสถานที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ และตลาดสดที่สำคัญในจังหวัดเชียงใหม่ จึง ทำให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเป็นประจำ และจากข้อมูลธนาคารฯ พบว่าสาขา ศรีนครพิงค์ มียอดการเปิดบัญชีใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงจากเดิม ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมาโดย เฉลี่ยลดลงปีละ 2-3 % ประกอบกับ ใน 2 ปีที่ผ่านมา การใช้บริการของลูกค้าในสาขาฯ มีปริมาณที่ ลดลงจากเดิมอย่างเห็น ได้ชัดเมื่อพิจารณาจากการทำรายการทางบัญชีในแต่ละวันที่มีจำนวนลดลง กว่า 10 % (สมรรถชัย ชนาวิทย์, 2554: สัมภาษณ์) ประกอบกับสภาพการแข่งขันในพื้นที่ดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นพื้นที่ในย่านธุรกิจและมีธนาคารอื่นอยู่เป็น จำนวนมาก อาทิเช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารนครหลวงไทย และธนาคารกรุงเทพฯ ซึ่งแต่ละธนาคารต่างทำการ โฆษณา -ประชาสัมพันธ์ ถึงโครงการเงินฝากดอกเบี้ยพิเศษ ผ่านป้ายโฆษณา แผ่นพับ รวมถึงตัวพนักงานของธนาคารเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะกระตุ้นและระดมเงินฝากให้มีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นตามนโยบายของ แต่ละธนาคาร

จากการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์ มียอดการเปิดบัญชีใหม่และปริมาณ การใช้บริการที่สาขาฯ มีแนวโน้มลดลง รวมถึงสภาพการแข่งขันในพื้นที่ ดังกล่าวมีการแข่งขัน ค่อนข้างสูง และนโยบายการระดมเงินฝากของแต่ละธนาคาร ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงความ พึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทราบข้อมูล เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาส่วน ประสมทางการตลาดบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เนื่องจากการสร้างความพึง พอใจนั้นจะเป็นส่วนที่ช่วยในการรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ที่เกิดจากการบอกต่อ อีกทั้งเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นที่เป็นคู่แข่งได้ และสามารถที่จะเพิ่มยอดเงินฝากให้ สอดคล้องกับตัวชีวิตที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปีอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าเงินฝากที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าเงินฝากที่มีต่อ  
 ส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้เสนอต่อผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์  
 นำไปใช้ในการปรับปรุง การให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับ  
 ความพึงพอใจสูงสุดต่อไป

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาด  
 บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นระดับ  
 ความรู้สึกลูกค้าที่เกิดจากการรับรู้ผลจากการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนคร  
 พิงค์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**ลูกค้าเงินฝาก** หมายถึง ลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร  
 ไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์ โดยเป็นลูกค้าใน 3 กลุ่ม การแบ่งตามปริมาณเงินฝาก ได้แก่ ลูกค้า  
 กลุ่ม Easy กลุ่ม Easy Plus และกลุ่ม Priority, Priority Plus และ Private

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับการ  
 ให้บริการลูกค้าเงินฝาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการด้านเงินฝากที่หลากหลายประเภท  
 ด้านราคา คือ มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่ตั้งของธนาคารฯ  
 เหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การแจ้งข่าวสารความ  
 เคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ด้านบุคลากร คือ พนักงานต้อนรับด้วยความ  
 สุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย ด้านกระบวนการให้บริการ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ และ  
 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ การตกแต่งภายในธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ เป็นต้น