

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการด้านการเงินและมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสังคม จากอดีตถึงปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการขยายสาขาดำเนินงานให้กระจายออกไปทั่วทุกพื้นที่ นำความสะดวกและความเจริญจากเมืองใหญ่ไปสู่ประชาชนในทุกสาขาอาชีพทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย การเปิดเสรีทางการเงิน ทำให้เกิดการแข่งขันกัน ในทางธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ซึ่งทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเจริญไปอย่างไม่หยุดยั้ง ธนาคารพาณิชย์จึงได้นำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อใช้แข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด เสนอทางเลือก และวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่ทันสมัยให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ อำนวยความสะดวกในการใช้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ กลับมาใช้บริการกับธนาคารอีก ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2488 นายโชติ ลำซำ และคณะ ได้จัดตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5 ล้านบาท โดยเปิดสำนักงานแห่งแรกขึ้นที่อาคารเลขที่ 306 ถนนเสือป่า เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านธุรกิจการค้าสำคัญของเมืองไทยในยุคนั้น ด้วยการสนับสนุนไว้วางใจจากลูกค้าและประชาชนทั่วไป ส่งผลให้กิจการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยสิ้นปี พ.ศ.2488 มียอดสินทรัพย์รวม 15 ล้านบาท เงินฝาก 12.4 ล้านบาท และเงินให้สินเชื่อ 2 ล้านบาท นับเป็นยุคแรกของการวางรากฐานระบบการเงินการ ธนาคารเมืองไทยยุคเริ่มต้นของการพัฒนาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารได้มุ่งมั่นและพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้เจริญรุดหน้าสู่มาตรฐานสากลอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจุบันธนาคารมียอดสินทรัพย์รวม 843,201 ล้านบาท เงินฝาก 715,633 ล้านบาท และเงินให้สินเชื่อ 581,961 ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2548) มีสาขาทั้งหมด 495 สาขา และสาขา/สำนักงานในต่างประเทศ 7 แห่ง ในสถานการณ์แข่งขันที่นับวันจะรุนแรงมากยิ่งขึ้น นโยบายการเพิ่มรายได้ และลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพื่อสร้างกำไรสูงสุด นอกจากดอกเบี้ยรับแล้วค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการให้บริการของธนาคารเป็นช่องทางหนึ่งที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มและความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเสมือนภาพลักษณ์ขององค์กรและพนักงานผู้ให้บริการ เนื่องจากเป็นความรู้สึกแรกที่ลูกค้ามีต่อพนักงาน ผู้ให้บริการซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรตั้งแต่พบหน้ากัน โดยที่ลูกค้ายังไม่ได้รับบริการจากพนักงานแต่อย่างใด ซึ่งความประทับใจเมื่อแรกพบของลูกค้านี้เอง ก็อาจทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีความรู้สึกเชื่อถือและมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีถูกต้องจากพนักงานผู้ให้บริการ พร้อมทั้งจะส่งผลให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ เป็นไปด้วยบรรยากาศที่ดี ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จัดอยู่ในกลุ่มธนาคารขนาดใหญ่ ที่มีสาขาการให้บริการปริมาณมาก ธนาคารได้พยายามศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยเฉพาะตลาดในภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความเจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมการศึกษารั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และมีปัจจัยใดบ้างที่ธนาคารควรต้องปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของธนาคาร การสร้างแรงจูงใจให้กับผู้มาใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ การศึกษาดังกล่าวนี้เป็นส่วนหนึ่งในการนำมาวิเคราะห์ถึงความสามารถในความเป็นไปได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาข้างเขื่อน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของการบริการที่ได้รับจากการมาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาข้างเขื่อน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาข้างเขื่อน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการตอบสนองอุปสงค์ของผู้ใช้บริการ
- 2) ปัญหาข้อบกพร่องและความคิดเห็นที่ได้จะเป็นข้อมูลสำหรับธนาคารในการวางแผนปรับปรุงการให้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร มากที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด กับผู้ให้บริการ และธนาคาร

3) ใช้เป็นข้อมูลกระตุ้นให้ธนาคารได้มีการปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1) พื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาช่างเผือก เชียงใหม่

2) เลือกเก็บข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาช่างเผือก เชียงใหม่ ที่มาใช้บริการของธนาคารโดย ออกแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ราย

1.5 นิยามศัพท์

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึงธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์

ความพึงพอใจต่อบริการ หมายถึงความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาช่างเผือก เชียงใหม่ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อพนักงานและการต้อนรับ ความพึงพอใจต่อสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับ ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ความพึงพอใจต่อระยะเวลาในการดำเนินการ

ลูกค้า หมายถึงผู้ที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาช่างเผือก เชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการในด้านเงินฝาก-ถอน โอนและปฏิบัติการด้านอื่น ๆ ของธนาคาร

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึงเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะของกิจการ และระดับรายได้ต่อเดือน

การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า หมายถึงการจัดการให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และต้องมีการพัฒนาความสัมพันธ์ให้มากขึ้นด้วยการติดตามข้อมูลข่าวสารที่ได้จากลูกค้า การติดตามและพยากรณ์ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ทันเวลา (กิจการสัมพันธ์ธนาคารกสิกรไทย, 2544:5)

การบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาช่างเผือก เชียงใหม่ หมายถึงบริการต่างๆ ที่ธนาคารได้จัดให้บริการกับลูกค้า ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องธนาคารกสิกรไทย. การ ฝาก ถอน โอน และการปฏิบัติการ (Operation & Transitions). การออมและการลงทุน (Saving & Investing) การระดมทุนและ

การกู้ยืม (Funding & Borrowing) การป้องกันความเสี่ยงและสารสนเทศ (Protection & Information)
(กิจการสัมพันธ์ธนาคารกสิกรไทย, 2549: 4)

เครือธนาคารกสิกรไทย หมายถึงการให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร ในทุกความต้องการทางการเงินของลูกค้าการให้บริการภายใต้สัญลักษณ์ “K EXCELLENCE” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกอย่างของเครือธนาคารกสิกรไทย จะรับประกันด้วยคุณภาพ

K EXCELLENCE โดยเครือธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย 6 บริษัท ได้แก่บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แฟคเตอร์ิงกสิกรไทย จำกัด บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด บริษัทหลักทรัพย์ กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ลิสซิ่งกสิกรไทย จำกัดเครือธนาคารกสิกรไทยภายใต้แบรนด์หนึ่งเดียว (กิจการสัมพันธ์ธนาคารกสิกรไทย, 2548: 3)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved