

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของประเทศไทย ที่ถือกำเนิดขึ้น หลังจากที่ พระเจ้าน้องยาเธอ กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย เสนาบดีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติในขณะนั้น ได้ตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ไปทรงศึกษาและทอดพระเนตรกิจการด้านการธนาคารและการช่างในทวีปยุโรป เมื่อปี พ.ศ. 2440 ทำให้ทรงเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่สยามจะต้องมีระบบการเงินและการธนาคารของตนเอง ทว่าแนวคิดของพระองค์ที่จะให้มีธนาคารกลางหรือธนาคารแห่งชาติกลับถูกคัดค้าน ดังนั้น กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัยจึงทรงมีดำริที่จะทดลองตั้งธนาคารพาณิชย์ที่เป็นของคนไทยขึ้นเอง และเนื่องจากกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นของใหม่ จึงทรงเกรงว่าหากการดำเนินงานเกิดล้มเหลวขึ้น จะทำให้ประชาชนเสื่อมความเชื่อถือ จึงทรงเริ่มศึกษากิจการด้านนี้ แล้วจัดหาเงินลงทุนได้ 30,000 บาท ขออนุญาตจัดตั้ง “บุคคัลลีย์” ขึ้น โดยเปิดดำเนินการในวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2447 ณ ตึกแถวของพระคลังข้างที่ ตำบลบ้านหม้อ กรุงเทพฯ แม้ว่า “บุคคัลลีย์” (Book Club) จะแจ้งความว่าเป็นกิจการห้องสมุดที่ให้บริการแก่สมาชิก แต่การดำเนินธุรกิจที่แท้จริง คือ ธนาคารพาณิชย์ ในระยะแรกคงมีเพียงบริการรับฝากและกู้ยืม ต่อมาเมื่อปรากฏว่ามีผลกำไรเป็นที่น่าพอใจ จึงเพิ่มบริการอื่น เช่น การเปิดถอนด้วยเช็คและการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศขึ้นอีก (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2530: 30)

เมื่อการทดลองดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้ผลสำเร็จเป็นอันดีเช่นนี้ พระเจ้าน้องยาเธอ กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย จึงตัดสินใจจัดตั้งธนาคารพาณิชย์ของคนไทยดำเนินงานอย่างเปิดเผย ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งแรกจึงได้ถือกำเนิดขึ้น โดย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงออกประกาศพระราชทานอำนาจพิเศษ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ “บริษัท เบงก์สยามกัมมาจล ทูน่า จำกัด ” ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้อย่างเป็นทางการ ตามประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2449 บริษัท เบงก์สยามกัมมาจล ทูน่า จำกัด ได้ดำเนินการและมีความเจริญรุ่งเรืองมาเป็นลำดับ จนกระทั่งวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2482 ได้ทำการเปลี่ยนชื่อโดยใช้ชื่อว่า “ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ” และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยเรียกชื่อว่า “ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)” ในวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2536 จนถึงปัจจุบัน เป็น “ต้นแบบธนาคารไทย “ ที่ฟันฝ่าอุปสรรคนานัปการ จนมั่นคงมาตราบเท่าทุกวันนี้ (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2540: 52)

วิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินของประเทศไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 ทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทย ต้องมีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัว ทั้งในเรื่องการสร้างความแข็งแกร่งของเงินทุน การแก้ปัญหาหนี้เสีย การพัฒนาศักยภาพของธนาคารในทุกด้านให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งเพื่อรองรับการแข่งขันที่รุนแรง บีบบังคับด้านอัตราดอกเบี้ย หรือผลตอบแทนมิใช่ปัจจัยสำคัญของลูกค้าอีกต่อไป เพราะยังมีอีกหลากหลายปัจจัยที่มีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของธนาคารหากมีความพึงพอใจ ดังนั้นธนาคารหลายแห่งจึงต้องเร่งปรับองค์กรอย่างมากทั้งภายในและภายนอก หรือ แม้กระทั่งการเปลี่ยนในด้านนามธรรม เช่น ทศนคติใหม่ในการทำธุรกิจธนาคารให้พร้อมรับกับสถานการณ์การแข่งขันด้านธุรกิจการเงินที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2544 และปี พ.ศ. 2545 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า " เราจะเป็นธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และพนักงานเลือก " (Bank of Choice for our Customers, Shareholders and Employees) ดร.วิจิต สุรพงษ์ชัย กรรมการและประธานกรรมการบริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า " ทศนคติในการบริหารธุรกิจธนาคารได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว วันนี้ธนาคารพาณิชย์ไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากส่วนทุน (Return of Equity : ROE) มากขึ้น และต้องสร้างให้นักลงทุนหรือผู้ถือหุ้นเห็นว่า เมื่อเข้ามาลงทุนในธนาคารไทยพาณิชย์แล้วมีอนาคต จะต้องพยายามให้ทุกคนที่มีความสำคัญเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น แม้แต่ลูกค้าก็ตาม " (การเงินธนาคาร, มีนาคม 2545: 159-162) ช่วงกลางปี พ.ศ. 2544 ธนาคารจึงได้มีการวางแผนและให้บริษัทที่ปรึกษา คือ บริษัท McKinsey and Company, Inc. Thailand ซึ่งมีความชำนาญทางด้าน การวางกลยุทธ์ของสถาบันการเงินในระดับโลก ประเมิน จุดอ่อน จุดแข็งของธนาคาร เพื่อใช้ในการวางแผนนโยบายและกลยุทธ์ เพื่อรับมือสถานการณ์การแข่งขันที่ทวีความรุนแรง ปรับตัวให้พร้อมสู่การแข่งขันที่สูงขึ้น และธนาคารได้ดำเนินโครงการปรับปรุงธนาคาร (Change Programs) ซึ่งประกอบด้วย 8 โครงการหลัก ที่ครอบคลุมในทุกส่วนของธนาคาร คือ การปรับรูปแบบสาขา (Branch Redesign), การวางกลยุทธ์การขายลูกค้ารายย่อยเชิงรุก (Retail Sales Stimulation), การปรับรูปแบบการให้บริการลูกค้าธุรกิจ (Corporate & SME Business Model), การปรับกระบวนการสินเชื่อ (Credit Process Redesign), การแก้ไขหนี้มีปัญหา (Credit Workout Enhancement), การปรับรูปแบบงานด้านสนับสนุนองค์กร (Corporate Function Redesign), การเพิ่มประสิทธิภาพการลงทุนด้าน IT (Building IT Effectiveness), และการปรับรูปแบบงานด้านปฏิบัติการ (Operation Process redesign) (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2544: 3)

โครงการปรับปรุงธนาคาร (Change Programes) (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2544: 4) ในส่วนของสาขา ธนาคารได้ดำเนินการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ รวมถึงวิธีการทำงานของสาขา เพิ่มขีดความสามารถ และพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสความเปลี่ยนแปลง และรองรับการแข่งขัน ตลอดจนสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยธนาคารได้ปรับปรุงสาขาตามรูปแบบใหม่ที่ดำเนินงานในระดับมาตรฐานสากล และสะท้อนเอกลักษณ์ของธนาคาร ในฐานะที่เป็นธนาคารไทยแห่งแรก เริ่มจากการปรับปรุงตราสัญลักษณ์ การปรับปรุงพื้นที่ภายในสาขา ให้มีพื้นที่บริการลูกค้ากว้างขวางยิ่งขึ้น และมีบรรยากาศสะดวกสบาย รวมถึงการจัดทำเลที่ตั้งสาขาใหม่ให้อยู่ในพื้นที่ที่มีปริมาณธุรกิจสูง และสะดวกต่อการติดต่อกับลูกค้า นอกจากนี้ ธนาคารยังได้มีการทบทวนกระบวนการทำงานของสาขาใหม่ทั้งหมด และได้ปรับปรุงขั้นตอนสำหรับงานที่มีปริมาณมากและที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสูง ซึ่งธนาคารเชื่อว่า การปรับปรุงรูปแบบสาขาควบคู่ไปกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานของสาขานั้น จะส่งผลให้คุณภาพของการให้บริการดีขึ้น ลดเวลาในการทำรายการที่จุดบริการลงได้อย่างมาก และเนื่องจากการให้บริการในระบบเดิมของธนาคารนั้น ธนาคารจะแยกงานบริการลูกค้าออกเป็น 2 เคาน์เตอร์ คือ เคาน์เตอร์ฝาก-ถอน (Express Counter) ให้บริการรับฝากถอนเงิน โอนเงิน และรับชำระค่าสินค้าและบริการ เคาน์เตอร์บริการ (Customer Service Counter) ให้บริการเปิดบัญชีใหม่ ปิดบัญชี ทำบัตรเอทีเอ็ม ซื่อสมุดเช็ค เปลี่ยนแปลงข้อมูลลูกค้า ชำระเงินกู้ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การซื้อเช็คธนาคาร เช็คของขวัญ และบริการด้านอื่น ๆ ทำให้ไม่สะดวกและจะต้องใช้เวลาในการให้บริการมากขึ้น หากลูกค้าใช้บริการมากกว่า 1 บริการ ธนาคารจึงได้ปรับปรุงและนำระบบงาน Retail Banking System หรือ ระบบ RB Front มาใช้กับสาขาของธนาคารทั่วประเทศ ระบบงาน RB Front เป็นระบบงานที่มีการแยกงานสนับสนุน (Back Office) ออกจากสาขา มีการบริหารข้อมูลของธนาคารและลูกค้าอย่างเป็นระบบ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงานสาขา เนื่องจากระบบ RB Front ได้รวมระบบงานของธนาคารทั้งหมดเข้าด้วยกัน ทำให้การปฏิบัติงานคล่องตัวมากขึ้น ทั้งงานภายใน (Back Office) และการให้บริการลูกค้า โดยในการให้บริการลูกค้านั้น สามารถทำได้เกือบทุกบริการ ณ จุดเดียวกัน ทั้งบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ และด้านบริการอื่น ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การโอนเงินในประเทศ และต่างประเทศ การขอซื้อตัวแลกเงิน เช็คธนาคาร เช็คของขวัญ การชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น ทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ธนาคารยังมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการให้บริการอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มต่าง ๆ ทั้งลูกค้ารายย่อย ลูกค้าสถาบัน และลูกค้าธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นว่า ด้วยการปรับปรุงรูปแบบและระบบงานของสาขา ประกอบกับการนำระบบงาน RB Front ที่

ทันสมัยมาใช้ลูกค้าจะรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นและจะได้รับการบริการที่รวดเร็ว สะดวกสบาย เพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทรวงพล (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2540 เป็นสาขาขนาดเล็ก ที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ตั้งอยู่ริมถนนทรวงพล ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรหลักรอบนอกของจังหวัดนครปฐม อยู่ในย่านธุรกิจการค้าและสถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และสถาบันราชภัฏนครปฐม สถานที่ทำการของธนาคารเป็นอาคาร 3 ชั้นที่ทันสมัย มีที่จอดรถสำหรับลูกค้าภายใต้อาคารที่ทำการ เป็นสาขาต่างจังหวัดที่ให้บริการในระบบ On-line Computer โดยใช้ระบบบัตรคิว มีเคาน์เตอร์ให้บริการ 3 ช่องทาง มีห้อง VIP สำหรับลูกค้ารายสำคัญ และมีเก้าอี้พักผ่อนให้บริการสำหรับลูกค้าทั่วไป จำนวน 15 ที่นั่ง มีตู้เอทีเอ็มสำหรับลูกค้าที่ต้องการถอนเงินด่วนทั้งภายในและภายนอกที่ทำการ มีพนักงานและลูกจ้างประจำ ที่พร้อมให้บริการ 12 คน ผลการดำเนินงานของสาขามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บรรลุเป้าหมายที่สำนักงานใหญ่ได้กำหนดไว้ และมีสถิติจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ยวันละ 150-200 คน จำนวนบัญชีของลูกค้าในปัจจุบัน จำนวน 4,262 บัญชี (รายงานประจำเดือนเมษายน 2546, ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2546: 1) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทรวงพล (นครปฐม) ได้นำระบบงาน RB Front มาใช้ในการให้บริการลูกค้าแล้ว เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อลูกค้าและผู้ที่มาใช้บริการของธนาคาร แต่สิ่งที่ธนาคารตระหนักและให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความพึงพอใจของลูกค้า เพราะความคาดหวังของธนาคาร คือ ธนาคารต้องการจะมีรูปแบบการให้บริการที่ครบวงจรในทุกสาขาของธนาคารให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจโดยไม่เลือกที่จะเป็นลูกค้าของสาขาใด ให้ลูกค้าทุกคนได้รับรู้ว่า เมื่อมาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ทุกครั้ง จะได้รับบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาของธนาคาร เพื่อทำให้ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็น "ธนาคารที่คุณเลือก (Your Bank of Choice)" อย่างแท้จริง (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2545: 1)

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทรวงพล (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม ในส่วนของเคาน์เตอร์ให้บริการ เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของสาขา เสริมสร้างศักยภาพให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ตลอดจนนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก เพื่อการแข่งขันต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ : กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม
2. ทำให้ทราบปัญหา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม

### นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม ในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ

ลูกค้า หมายถึง ผู้มีบัญชีเงินฝาก บัญชีสินเชื่อ และผู้ที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม)

การให้บริการของธนาคาร หมายถึง การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม) จังหวัดนครปฐม ในส่วนของเคาน์เตอร์ให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved