

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ตลอดปี 2544 ที่ผ่านมา ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาลที่ต้องการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจโดยรวมให้ดีขึ้น ธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธนาคารรัฐ ได้มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นแกนนำการปล่อยสินเชื่อ ทั้งโครงการภาครัฐขนาดใหญ่ ธุรกิจภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ และยังมีส่วนในการสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนการปล่อยสินเชื่อลงสู่ระดับรากหญ้าของประเทศ และในปี 2545 ธนาคารยังคงตระหนักถึงบทบาทที่สำคัญในการสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจต่อไป ขณะเดียวกันธนาคารเองยังต้องสร้างความแข็งแกร่งและความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตต่อไปอย่างมั่นคง ภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) คือ เป็นสถาบันการเงินชั้นนำในประเทศที่ได้รับความเชื่อมั่นในการให้บริการทางการเงินอย่างเต็มรูปแบบด้วยมาตรฐานคุณภาพที่เป็นที่พึงพอใจสูงสุดของลูกค้าเชิงคู่เศรษฐกิจไทยและมีพันธกิจ (Mission) คือ สร้างบริการทางการเงินที่รวดเร็ว แม่นยำ ในราคาที่แข่งขันได้ ให้เข้าถึงประชาชนผู้สนใจ ด้วยจุดบริการและเครือข่ายทางเทคโนโลยีที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยยึดหลักการบริหารจัดการที่โปร่งใส เสมอภาค และมีประสิทธิภาพ (ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน), 2545 : 1)

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ที่มุ่งสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการที่สลับซับซ้อนมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน ควบคุมต้นทุนและการเพิ่มคุณภาพชีวิต จึงได้มีการทำปรับปรุงระบบโครงสร้างองค์โดยการจัดตั้งสำนักงานธุรกิจ (Business Center) ขึ้นมาตั้งแต่ปี 2540 สำนักงานธุรกิจ (Business Center) ถือเป็นช่องทางให้บริการหน่วยงานหนึ่งซึ่งเป็นแนวยุทธศาสตร์เชิงรุกทางด้านการอำนวยความสะดวกของธนาคารที่ได้เปลี่ยนแปลงระบบงานให้เป็นเครือข่ายการอำนวยความสะดวก ให้บริการด้านการอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจรสำหรับลูกค้าธุรกิจขนาดกลางตามขอบเขตภูมิศาสตร์ โดยมีสาขาเครือข่ายเป็นจุดให้บริการและ เป็นหน่วยงานสนับสนุนเพื่อให้ลูกค้าขนาดกลางที่ประสงค์จะใช้บริการสินเชื่อวงเงินรวมทุกประเภทตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป จนถึง 200 ล้านบาท

จากการเปลี่ยนแปลงระบบงานเป็นสำนักงานธุรกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ยังไม่เคยทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงระบบงานในครั้งนี้ เนื่องจาก “ลูกค้า” เป็นผู้ทรงอำนาจสูงสุดที่จะตัดสินใจตัดสินใจหรือความล้มเหลวของธุรกิจ และในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าก็มีความรู้มากขึ้น มีความต้องการที่สลับซับซ้อนมากขึ้น จึงต้องการรับรู้ข้อเสนอที่ดีที่สุดจากทุกธนาคารเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ประกอบกับธุรกิจธนาคารนั้นมีการแข่งขันเพื่อเป็น “ผู้นำ” มากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ธนาคารเองจะต้องปรับปรุงการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพราะนอกจากจะเป็นการรักษาลูกค้าเก่าไว้แล้ว ยังดึงดูดใจให้ลูกค้าใหม่มาใช้บริการของธนาคารเพิ่มขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ : กรณีศึกษา สำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตลอดจนพัฒนาสินเชื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าของสำนักงานธุรกิจต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ : กรณีศึกษา สำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและพนักงานเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานสินเชื่อที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางที่มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานธุรกิจอ้อมน้อยตั้งแต่ 5 ล้านบาท ขึ้นไป จนถึง 200 ล้านบาท

สินเชื่อ หมายถึง เงินกู้ประเภทต่างๆที่ธนาคารเปิดบริการให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยประเภทสินเชื่อกำหนดตามวัตถุประสงค์การกู้เงิน และมีกำหนดเวลาการชำระคืนตามเงื่อนไขของประเภทเงินกู้ต่างๆ เป็นสำคัญ

สำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย หมายถึง หน่วยงานของธนาคาร กรุงไทย จำกัด(มหาชน) ที่ให้บริการด้านสินเชื่อ โดยครอบคลุมดูแลสาขาในเครือข่ายทั้งสิ้นจำนวน 13 สาขา ได้แก่ สาขาบางแค สาขาบางบอน สาขาบางแคเหนือ สาขาหนองแขม สาขาบางขุนเทียน สาขาสมุทรสาคร สาขาอ้อมน้อย สาขาอ้อมใหญ่ สาขากระทุ่มแบน สาขามหาชัย สาขาม้านพร้าว สาขาสามพรานและสาขานครชัยศรี

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved