

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้ประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจครั้งล่าสุดเมื่อปลายปี 2540 เป็นต้นมา กิจการธนาคารพาณิชย์เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากภาวะดังกล่าว ต้องประสบกับภาวะขาดทุนเนื่องจากหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non - Performing Loans : NPLs) เป็นจำนวนมาก

เนื่องจากรายได้หลักของธนาคารคือรายได้ด้านดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมรับในด้านต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการให้บริการด้านสินเชื่อ ทางธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จึงได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการ รวมทั้งขั้นตอนในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อใหม่ โดยได้ก่อตั้งศูนย์ความสัมพันธ์ลูกค้าบรรมย์ขึ้นเมื่อต้นปี 2543 โดยมีสำนักงานตั้งอยู่ที่ธนาคารกสิกรไทย สำนัก พหลโยธิน กรุงเทพฯ เพื่อดูแลลูกค้ารายใหญ่ของธนาคารกสิกรไทย ในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัด กำแพงเพชร พิจิตร ตาก พิชญ์โลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ แพร่ น่าน ลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ พะเยา เชียงราย และแม่ฮ่องสอน (ศูนย์ความสัมพันธ์ลูกค้าบรรมย์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด, 2543 อ้างใน อนันต์ จงสูวิวัฒน์วงศ์, 2545 : 18) แต่เนื่องจากพื้นที่ในการดูแลลูกค้ามากเกินไปทำให้เกิดความไม่สะดวกในการให้บริการ และติดต่อประสานงานกับลูกค้าตลอดจนไม่สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ซึ่งอาจเป็นช่องทางให้ธนาคารพาณิชย์คู่แข่งอื่น ๆ ในพื้นที่ ช่างชิงลูกค้าไปจากธนาคารกสิกรไทยได้ ซึ่งจะทำให้ธนาคารต้องสูญเสียรายได้รับเป็นจำนวนมากจากลูกค้าดังกล่าว

ทางธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงความสำคัญในจุดนี้ จึงได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำงานใหม่ โดยได้ก่อตั้งศูนย์ธุรกิจลูกค้าบรรมย์ ถนนท่าแพ เชียงใหม่ ขึ้นเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2545 เพื่อสำหรับดูแลลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สร้างความสัมพันธ์และจัดการด้านวงเงินสินเชื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งวงเงินสินเชื่อระยะสั้นและระยะยาว โดยจะดำเนินการติดต่อประสานงานกับลูกค้าโดยตรงในการจัดทำวงเงินสินเชื่อ และนำเสนอต่อสำนักงานใหญ่ในการพิจารณาอนุมัติวงเงิน ทั้งนี้ลูกค้าที่ศูนย์ดูแลจะเป็นนิติบุคคลที่มียอดขายตั้งแต่ 50 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป จำนวน 115 ราย และอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง

ซึ่งเป็นลูกค้าที่สร้างรายได้ให้แก่ธนาคารในปริมาณมากโดยมีเป้าหมายในการดูแล และ ติดต่oprสานงานกับลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด สามารถสนองตอบความต้องการได้ทันเวลาตาม ความต้องการของลูกค้า และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าสูงสุด (ฝ่ายพาณิชย์บรรษัทธนกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด, 2545 : 2)

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้าน สินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ เพื่อที่ จะได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อ ตลอดจนปัญหาในการใช้ บริการด้านสินเชื่อของลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์ทาง การตลาด ของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ ในการให้บริการด้านสินเชื่อ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้า บรรษัทธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบแนวทางเบื้องต้นสำหรับธนาคารที่จะนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และวางแผนการให้บริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจ หลังการซื้อ ของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้ บริการ กับการให้บริการที่ลูกค้าคาดหวัง

ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ เชียงใหม่ ที่เป็นนิติบุคคลและมีอายุตั้งแต่ 50 ล้านบาทต่อปี ตามงบการเงินที่นำส่งกรมสรรพากร ปี พ.ศ. 2546

บริการด้านสินเชื่อ หมายถึง บริการเงินกู้ยืมประเภทต่างๆ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ได้จัดวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้า ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หมายถึง หน่วยงานหนึ่งของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ที่สาขาถนนท่าแพ เชียงใหม่ ชั้นที่ 2 มีหน้าที่ดูแลสร้างความสัมพันธ์ และจัดวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้าที่มีความต้องการเงินทุนในการขยายธุรกิจ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยลูกค้าที่ดูแลจะเป็นนิติบุคคลและมียอดขายตั้งแต่ 50 ล้านบาทขึ้นไปต่อปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved