

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และดำเนินการด้วยพนักงานชุดแรก จำนวน 21 คน ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นต้นมา ธนาคารสามารถเจริญเติบโตและก้าวหน้าในด้านสินทรัพย์ เงินฝาก การขยายเครือข่ายสาขา และจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ณ 30 กันยายน 2547 ธนาคารมีสินทรัพย์จำนวน 822,196 ล้านบาท เงินฝาก 710,815 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อ 581,611 ล้านบาท ในด้านเครือข่ายของสาขา ณ 1 ตุลาคม พ.ศ.2547 มีสาขาในประเทศ จำนวน 495 สาขา โดยเป็นสาขาในกรุงเทพมหานคร 153 สาขา เป็นสาขาในเขตภูมิภาคจำนวน 342 สาขา มีสาขา และสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 7 แห่ง สาขาและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ในด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทย และประเทศคู่ค้าทั่วโลก ธนาคารเล็งเห็นคุณค่าของพนักงานในทุกระดับชั้น มุ่งสร้างเสริมให้พนักงานได้ทำงานอย่างมีคุณค่า ปริมาณพนักงานที่ลดลงเมื่อเทียบกับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น แสดงถึงประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น จุดบริการเครื่องเอทีเอ็มที่หลากหลายและกระจายอยู่ในทุกจุดทั่วพื้นที่ก็เพื่อมุ่งหวังที่จะให้ความสะดวกสูงสุดแก่ลูกค้าจำนวนพนักงานทั้งหมดรวมถึงพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ สาขาในประเทศ สาขาต่างประเทศ และสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 10,113 คน ณ เดือนธันวาคม 2539 มีจำนวนพนักงาน 15,740 คน (บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2548ก)

จากจำนวนพนักงานที่ปรับลดลงนับจากปี พ.ศ. 2539 ถึงปี พ.ศ.2547 ที่มีจำนวนพนักงานจาก 15,740 คน ลดลงเหลือ 10,113 คน ก็เนื่องจากในปี พ.ศ.2539 -2540 ประเทศไทยเกิดปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ทำให้บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ จึงได้มีการปรับลดจำนวนพนักงานลงเพื่อลดต้นทุน และปรับปรุงระบบการทำงานเรื่อยมาจนปัจจุบันได้มีการพัฒนากระบวนการทำงานและการให้บริการลูกค้าเพื่อนำไปสู่คุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการกับธนาคาร โดยมีการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้บริการลูกค้าโดยเฉพาะ ได้แก่ การจัดตั้งสายงานบรรษัทธุรกิจ และสายงานพาณิชย์และบุคคลธุรกิจ เพื่อรับผิดชอบการให้บริการลูกค้าทั้งหมดของธนาคาร การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน ปรับกระบวนการทำงาน การให้บริการ รวมทั้งโครงการ

สร้างแบรนด์ของธนาคาร ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารที่สามารถสร้างความประทับใจ และประสบการณ์การให้บริการของลูกค้ากับธนาคารที่สอดคล้องกับคำขวัญในการให้บริการที่ว่า สะดวกทุกที่ ดีทุกบริการ นั่นคือเมื่อสัมผัสกับการให้บริการแล้ว ไม่ว่าเมื่อใดที่ใด และกับพนักงานคนใด จะพบกับความนุ่มนวล ไร้ความวุ่นวายและใช้ได้ผลดีจริงเสมอ โดยเน้นการพัฒนา 3 ด้านคือ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ช่องทางและกระบวนการการให้บริการที่มีประสิทธิภาพทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ง่าย สะดวก และมีคุณภาพ อันนำไปสู่ภาพลักษณ์ของธนาคารที่ชัดเจน (บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2548 ข) ธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดตากมีจำนวนทั้งหมด 7 ธนาคาร คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขา

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขา ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขา ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขา ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 4 สาขา (ชมรมธนาคารจังหวัดตาก, 2548)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก เป็นอีกสาขาหนึ่งของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2522 เป็นต้นมา ตั้งอยู่ที่ 777 ถนนตากสิน ตำบลระแหง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ซึ่งมีบริการต่าง ๆ ครบวงจรรวมถึงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และประกอบกับต้องให้บริการ และขายผลิตภัณฑ์เพื่อบรรลุผลงานตามเป้าหมายที่สำนักงานใหญ่ กำหนดไว้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของแต่ละธนาคารมีความคล้ายคลึงกัน อาทิเช่น กลุ่มที่ 1 เงินฝาก บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต กลุ่มที่ 2 เงินโอนในประเทศ กลุ่มที่ 3 ตราสารและธนบัตรต่างประเทศและบริการด้านเงินตราต่างประเทศ กลุ่มที่ 4 บัตรเครดิต กลุ่มที่ 5 บริการร้านค้ารับบัตร กลุ่มที่ 6 การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครื่องเอทีเอ็ม กลุ่มที่ 7 สินเชื่อผู้บริโภค กลุ่มที่ 8 การประกันภัย กลุ่มที่ 9 การลงทุนในกองทุนต่างๆ กลุ่มที่ 10 สินเชื่อเพื่อการค้า อีกทั้งในจังหวัดตากซึ่งมีจำนวนลูกค้าไม่มากนักในพื้นที่ แต่มีธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดตากถึง 7 ธนาคารรวม 17 สาขา ต่างก็ช่วงชิงลูกค้าให้มาใช้บริการกับธนาคารของตนให้มากที่สุด จึงทำให้สภาพการแข่งขันของธนาคารในจังหวัดตากมีการแข่งขันสูงในทุกด้าน และแต่ละธนาคารก็มีเป้าหมายการดำเนินงานในทุกด้าน เช่นกัน (บมจ. ธนาคารกสิกรไทย, 2549)

ดังนั้นการให้บริการลูกค้าซึ่งต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้ดียิ่งขึ้น เป็นเพราะว่าโจทย์ในการทำ ธุรกิจและลูกค้า มีความต้องการเปลี่ยนไป โดยเฉพาะในธุรกิจการเงินปัจจุบัน ซึ่งจะได้เห็นได้ว่ามีการ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้ารายย่อย ซึ่งสถาบันการเงินเกือบทุกแห่งถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำคัญ ดังนั้นต้องนำเสนอบริการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต

(Lifestyle) ของลูกค้าซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมาก ที่ทำให้เข้าใจความเป็นตัวตนของลูกค้า ซึ่งเมื่อเข้าใจความเป็น ตัวคนแล้ว จะทำให้สามารถคิดและนำเสนอ สินค้าที่เหมาะสมกับความเป็นตัวคนนั้น ได้ หรือนำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง ในการให้บริการ (บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2548ค)

จากผลประกอบการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก ในปี 2548 โดยเฉพาะผลงานด้านเงินฝากของสาขาตากพบว่ายังทำไม่ได้ตามเป้าหมายในปี 2549 สาขาตาก ได้รับเป้าหมายการขายผลิตภัณฑ์จากสำนักงานใหญ่เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ดังนั้นทางสาขาจะต้องพยายามปรับปรุงและหากลยุทธ์เพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายของสำนักงานใหญ่ในทุกด้าน จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของสาขา เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุดตลอดจนนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และรักษารฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่ พร้อมกับเพิ่มลูกค้าใหม่ให้ได้ตามเป้าหมายของธนาคาร

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก
2. สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและ เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ และวางแผนกลยุทธ์การตลาด ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาตาก

#### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตาก ต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Guidance and Presentation) และด้าน  
กระบวนการ (Process)

**ลูกค้า** หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สาขาดาก

**บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)** หมายถึง แผนกเคาน์เตอร์บริการรับ  
จ่ายเงินสด แผนกเคาน์เตอร์บริการลูกค้าทั่วไป แผนกเคาน์เตอร์บริการลูกค้าส่วนบุคคล  
แผนกเคาน์เตอร์บริการสินเชื่อ

**ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดาก** ตั้งอยู่ที่ 777 ถนนตากสิน ตำบล  
ระแหง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved