

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างมาก สถาบันการเงินต่างๆ ได้มีการนำกลยุทธ์ และวิธีการให้บริการต่างๆ ด้านการเงินมาตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการเป็นผู้นำทางธุรกิจ และการสร้างความได้เปรียบในตลาดแข่งขัน ดังนั้น สถาบันการเงินในปัจจุบันได้นำกลยุทธ์ด้านการตลาด การบริการ การขาย และเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในด้านบริหารจัดการ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารหนึ่งที่มุ่งมั่นพัฒนาสู่การเป็นธนาคารที่มั่นคงที่สุด ที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นธนาคารไทยแก่ลูกค้า ดังนั้น จากมติประชุมผู้ถือหุ้นครั้งที่ 91 ของธนาคารกสิกรไทย ให้เปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษจาก Thai Farmers Bank เป็น Kasikornbank (KBank) โดยเริ่มใช้ชื่อ Kasikornbank เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2546 เพื่อให้ชื่อธนาคารเป็นชื่อที่สั้น กระชับ และออกเสียงตรงกับชื่อภาษาไทยของธนาคาร จากอดีตที่ผ่านมาทางธนาคารมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาทิเช่น การรีเอ็นจิเนียริง การปรับโครงสร้างองค์กร ซึ่งทำให้ลูกค้ามองภาพของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ว่า มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตลอด 6 ทศวรรษของการดำเนินงานที่ผ่านมา ธนาคารมีปณิธานแน่วแน่ในการให้บริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและครบวงจร โดยได้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน บุคลากร และเทคโนโลยี เพื่อรองรับแผนแม่บททางการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย การเปิดเสรีทางการเงิน และการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงขึ้น โดยในปี 2548 นี้ ธนาคารได้ก้าวสู่การเป็นธนาคารที่สามารถให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร หรือ Universal Bank โดยได้เปิดตัวการดำเนินงานด้านการเงินแบบครบเครื่องในรูปแบบของเครือธนาคารกสิกรไทย หรือ KBank Group เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ด้วยปณิธานในการให้บริการ “บริการทุกระดับ ประทับใจ” เพื่อส่งมอบคุณค่าและคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่การสร้างประสบการณ์และความทรงจำที่ดีแก่ลูกค้าของธนาคาร นอกจากนี้ ยังมุ่งมั่นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการ

ให้บริการ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของธนาคารให้มีความโดดเด่นภายใต้การรณรงค์การสร้างตรา ยี่ห้อให้อยู่ในใจของลูกค้าที่ว่า “สะดวกทุกที่ ดีทุกบริการ” ซึ่งแปลว่า สัมผัสกับการให้บริการแล้ว ไม่ว่าเมื่อใด ที่ใดและกับพนักงานคนใด จะพบกับความนุ่มนวล ไร้ความวุ่นวาย และใช้ได้ผลดีจริง เสมอ หมายความว่า เมื่อใดที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับธนาคารจะได้รับบริการที่สะดวก เข้าใจง่าย ขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะได้รับบริการในระยะเวลาเท่าใด ทำให้ลูกค้ามั่นใจ เชื่อถือ และไม่ว่าลูกค้าจะใช้บริการที่ไหน ช่องทางใด เมื่อไร จะได้รับบริการที่มีคุณภาพเหมือนกัน ทุกที่ทุกเวลา เพื่อให้แน่ใจว่าตรงกับความต้องการและความเข้าใจของลูกค้าทุกกลุ่มของธนาคาร จึง เกิดปัจจัยที่สำคัญประกอบด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการให้บริการของพนักงาน, การพัฒนาช่องทางการให้บริการ และการปรับปรุงกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการของ ธนาคาร ฉะนั้น แนวคิดหลักของธนาคารไม่ใช่แค่ทำให้ลูกค้าจำได้แค่โลโก้ แต่สิ่งที่ต้องการคือ เมื่อใดที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะต้องรู้สึกประทับใจในการให้บริการของธนาคารในทุกๆด้าน โดยเฉพาะด้านอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังคำ ที่ว่า “เทคโนโลยี พร้อมความใส่ใจ” (สายงานเลขานุการองค์การ ธนาคารกสิกรไทย,2548:5)

ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารผ่านข้อความสั้น (SMS) กำลังได้รับความนิยม เพราะใช้งาน ง่าย และโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครื่องสามารถใช้รับและส่งได้ โดยบริการ K-mAlert เป็นบริการใหม่ ของธนาคารในรูปแบบของการส่งข้อความSMS ยืนยันรายละเอียดการใช้จ่ายบัตรเดบิตหรือบัตร เครดิตของธนาคารกสิกรไทย รวมถึงการแจ้งผลการโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกสิกร ไทย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการใช้บัตรและลดความเสี่ยงจากความเสียหายเมื่อบัตรสูญ หายหรือถูกปลอมแปลง ในกรณีโอนเงินเป็นการเพิ่มความมั่นใจและอำนวยความสะดวก ลดเวลา และค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้า ซึ่งบริการ K-mAlert เป็นบริการเสริมให้แก่ลูกค้า โดยทางธนาคารได้ ดำเนินถึงความสะดวกสบายของลูกค้า รวมถึงสร้างความมั่นใจในทุกรายการที่ใช้จ่ายผ่านบัตรและ การโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อเพิ่มคุณภาพและสร้างความพึงพอใจ ความ เชื่อมั่นที่จะทำธุรกรรมกับธนาคาร และช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริการได้ให้เริ่มใช้ตั้งแต่ วันที่ 6 พฤษภาคม 2549 เป็นต้นมา (ฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์เงินฝากและค่าธรรมเนียมธุรกิจลูกค้าบุคคล ธนาคารกสิกรไทย,2549 : ว/ส 72/2549)

การส่งมอบงานบริการที่มีคุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจบริการประสบความสำเร็จ ท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อทุกธุรกิจที่ให้บริการมีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึง กันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพงานบริการ โดยเฉพาะงานด้าน อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นวิธีที่จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการ เพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการ

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องรายได้เฉลี่ยประชากรต่อหัวเมื่อปี 2548 ของจังหวัดสมุทรสาครสูงเป็นอันดับสองของประเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยประชากรต่อหัว 415,983 บาท (สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสาคร, 2548: 69) จากสถิติดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในบทบาทหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสมุทรสาคร มี 6 สาขา ได้แก่ สาขาสมุทรสาคร สาขาถนนเศรษฐกิจ 1 สมุทรสาคร และสาขาย่อยตลาดสมุทรสาคร ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ในเขตอำเภอบ้านแพ้ว ได้แก่ สาขาบ้านแพ้วหลักสาม และในเขตอำเภอกระทุ่มแบน ได้แก่ สาขาย่อยกระทุ่มแบน และสาขาย่อยอ้อมน้อย โดยในอนาคตในเขตอำเภอเมืองจะมีการเปิดสาขาเพิ่มอีก 1 สาขา จึงแสดงให้เห็นสภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงในระบบธนาคารพาณิชย์

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารเพื่อเพิ่มความมั่นใจ และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยการมีพัฒนากระบวนการของการบริการอื่นๆ ของธนาคาร ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับความพึงพอใจ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของธนาคารที่ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมตอบสนองในทุกสถานการณ์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการให้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาครให้มีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการในการให้บริการภายหลังการใช้บริการ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร

K-mAlert หมายถึง บริการที่ส่งข้อความยืนยันรายละเอียดการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตหรือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย รวมถึงการแจ้งผลการโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกสิกรไทย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved