

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งเริ่มนำบริการเข้าไปใกล้ชีวิตวิถีชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น และที่เห็นได้ชัดที่สุดในช่วง 1 ปีเศษที่ผ่านมาคือการขยายเข้าไปเปิดสาขาในสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งชุมนุม หรือที่สัญจรผ่านไป-มาของผู้บริโภค

ทุกวันนี้จะพบเห็นธนาคารอยู่ทั้งในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ อาคารสำนักงาน หรือแม้กระทั่งในสถานีรถไฟ หรือปั๊มน้ำมัน ทำให้การติดต่อธนาคารเป็นเรื่องสะดวกมากขึ้น ธนาคารสามารถแทรกเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันได้จนไม่รู้สึกรู้สีกเป็นภาระอีกต่อไป ไม่เพียงแต่ในด้านทำเลที่ตั้งเท่านั้น เวลาเปิดให้บริการทุกวันนี้ก็ยังยืดหยุ่นมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถแวะเข้าไปติดต่อธนาคารได้ในวันหยุดสุดสัปดาห์ในช่วงที่ไปเดินจับจ่ายซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้า หรือหากมีรายการเร่งด่วนก็ยังสามารถแวะเข้าไปใช้บริการที่สาขาใกล้บ้านในระหว่างทางกลับบ้านได้อย่างสะดวก รูปแบบเช่นนี้แม้เป็นเรื่องปกติในต่างประเทศ แต่สำหรับในประเทศไทยแล้วต้องถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่สุดครั้งหนึ่งของวงการธนาคารไทย

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่เพียงเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ แต่ยังเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในการทำธุรกิจธนาคารในลักษณะจากหน้ามือเป็นหลังมือ จากที่เคยนั่งรอให้ลูกค้าเป็นผู้เข้ามาขอใช้บริการในยุคก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ มาเป็นการนำบริการไปเสนอแก่ลูกค้ายังสถานที่และช่องทางที่ลูกค้าสะดวกที่สุด

รูปลักษณ์และขนาดของที่ทำกรสาขา ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความยิ่งใหญ่ของธนาคารหลายแห่งในอดีต ที่ทุกวันนี้ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นหน่วยงานให้บริการขนาดย่อมที่สามารถไปติดตั้งไว้ได้ตามจุดต่างๆ ถือเป็นสัญลักษณ์ของการเปลี่ยนวิถีคิดในการทำธุรกิจจากเดิมไปอย่างสิ้นเชิง การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพดังกล่าว ยังไม่สำคัญเท่ากับรูปแบบการให้บริการทางการเงินของผู้บริโภค ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเพิ่มขึ้น ซึ่งรูปแบบเช่นนี้ถือเป็นความสำเร็จประการหนึ่งของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์

ผู้นำของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือธนาคารเอเชียในยุคหลังวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ที่ผ่านการปรับทิศทางมามุ่งเน้นในกลุ่มลูกค้ารายย่อยเป็นหลัก และได้ริเริ่มเข้าไปเปิดสาขาในบริเวณท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เปิดให้บริการตลอด 7 วันไม่มี



ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่อยู่ในวิดิแห่งการปรับเปลี่ยนแนวคิดในการทำธุรกิจธนาคาร โดยได้เริ่มเข้าไปเปิดทำการในห้างสรรพสินค้าในรูปแบบสาขาย่อย ซึ่งมีพนักงานไม่เกิน 8 คน ปัจจุบันมีจำนวนทั้งหมด 14 สาขาทั่วประเทศในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ เชียงใหม่ ชลบุรี และสงขลา (ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน), 2549: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่มีธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 18 ธนาคาร มีสาขาของธนาคารทั้งหมด 185 สาขา และมีสาขาที่เปิดในห้างสรรพสินค้า ที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 18 สาขา โดยเฉพาะธนาคารที่มีสาขาในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ มีจำนวน 8 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยธนาคาร

ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัด เชียงใหม่ เป็นสาขาแรกและเพียงแห่งเดียวของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปิด ดำเนินการในศูนย์การค้าที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่เป็น ท่าเลที่มีการแข่งขันสูงในการให้บริการทางการเงินของธนาคารต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความ สนใจศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ วางแผน กำหนด และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของสาขาย่อยในการให้บริการ เพื่อให้ สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นๆ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ สูงสุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่
3. ใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริการของ ธนาคาร นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจ ในบริการ ของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของ ผู้ให้บริการกับการให้บริการที่ลูกค้าคาดหวังต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการทุกประเภท ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่

บริการ หมายถึง บริการทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ บริการฝาก ถอน บริการเปิด บัญชี ทำบัตรเครดิต บัตรเอทีเอ็ม บริการโอนเงิน บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ บริการ ชำระหนี้บัตรเครดิต/เงินกู้ บริการซื้อเช็คธนาคาร/ดราฟ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการประกันชีวิต บริการประกันภัย บริการซื้อขายหน่วยลงทุน และมีเครื่องบริการตนเอง อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine) เครื่องบริการฝาก เงินสด อัตโนมัติ (Cash Deposit Machine) เครื่องปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ (Passbook Update) โดยเปิด ให้บริการ ตั้งแต่เวลา 10.30 – 20.00 น. ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการและวันหยุดนักขัตฤกษ์

ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า จังหวัด เชียงใหม่ หมายถึง สาขาย่อยของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า เซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved