

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันอย่างมาก สถาบันการเงินต่างๆ ได้มีการนำ กลยุทธ์ และวิธีการนำเสนอบริการต่างๆ ด้านการเงินมาตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการเป็นผู้นำทางธุรกิจ และการสร้างความได้เปรียบในตลาดแข่งขัน ดังนั้น สถาบันการเงินในปัจจุบันจึงได้มีการนำกลยุทธ์ด้านการตลาด การบริการ การขาย และเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้สถาบันการเงิน ต้องมีการพัฒนา รูปแบบการนำเสนอ และการให้บริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

ซึ่งในปัจจุบันสถาบันการเงิน ที่เป็นธนาคารพาณิชย์ เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงไทย ที่เป็นคู่แข่งทางธุรกิจที่สำคัญ ยังคงให้ความสนใจกับการสร้างภาพลักษณ์เพื่อต่อยอด Brand และกระตุ้นความสนใจของลูกค้า เพื่อนำไปสู่ การเสนอขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ มีความพยายามที่จะนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาบริหารจัดการ โดยการจ้างดารานักแสดง หรือนักร้อง ที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นที่รู้จักของประชาชน โดยทั่วไป มาเป็นผู้นำเสนอ ผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมถึงกระตุ้นความสนใจลูกค้าด้วยการจ้างพรีเซ็นเตอร์ที่มีรูปร่างหน้าตาดี ไปนำเสนอขายผลิตภัณฑ์นอกสถานที่ โดยการตั้งบูธให้บริการทางการเงินในงาน Event ต่างๆ เช่น งาน Money Expo หรืองานสัมมนาธุรกิจขนาดย่อม (SME) ในขณะเดียวกันธนาคารกสิกรไทย มุ่งเน้นให้ความสำคัญในการสร้างความทรงจำที่แปลกใหม่ให้กับลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันด้วยการจัดให้มีโครงการประกวด KBANK e-Girls

ดังนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา ธนาคารกสิกรไทยจึงได้จัดทำโครงการประกวด KBANK e-Girls โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ และสร้างความทรงจำใหม่ๆ ให้กับลูกค้า บุคคลที่เกี่ยวข้อง และพนักงานของธนาคาร ซึ่งถือเป็นสถาบันทางการเงินแห่งแรกที่มีการทำกิจกรรมในลักษณะดังกล่าว โดยจะทำการคัดเลือกผู้ที่เข้าหลักเกณฑ์ และเงื่อนไข มาทำหน้าที่เป็นตัวแทนของธนาคารในการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการของธนาคาร ทั้งงานถ่ายภาพ งานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาด อาทิ การออกบูธเพื่อขายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร การจัดสัมมนาในแก่ลูกค้าธนาคาร หรือการจัด

กิจกรรมสาธารณะประโยชน์ที่ธนาคารเข้าร่วมให้การสนับสนุน โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นเป็นการจัดขึ้นภายนอกธนาคาร และทำหน้าที่เป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ภายในธนาคาร เขียน และอ่านข่าวงานวิจัย เจ้าหน้าที่ต้อนรับการแถลงข่าว การลงนามเช่นสัญญาระหว่างองค์กร (บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2544)

ต่อมาในเดือน พฤษภาคม 2550 โครงการจัดประกวด KBANK e-girls ได้ทำการคัดเลือกรุ่นที่ 4 โดยมีหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการคัดเลือกคือ ต้องเป็นสุภาพสตรีภายนอก หรือภายในธนาคาร ที่มีการศึกษาดั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอายุระหว่าง 20-25 ปี ส่วนสูงไม่ต่ำกว่า 165 เซนติเมตร มีคุณลักษณะโดดเด่น สวย มีความสามารถ เฉลียวฉลาด และปราดเปรียว (Young Generation) โดยธนาคาร ได้ทุ่มงบประมาณในการจัดงานและเงินรางวัลให้กับผู้ที่ได้รับการคัดเลือก ทั้ง 8 คน เป็นเงินสูงถึง 15 ล้านบาท (บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2550)

เนื่องจาก ในปัจจุบันยังมีลูกค้าธนาคารจำนวนมากที่รู้จักโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls แต่ไม่ทราบวัตถุประสงค์ที่ธนาคารจัดให้มีโครงการประกวด KBANK e-Girls และขาดความเข้าใจว่า KBANK e-Girls มีบทบาทหน้าที่อะไร และมีประโยชน์กับลูกค้าอย่างไร และทุกครั้งที่มีการจัดประกวด KBANK e-Girls จะมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ จากพนักงาน ถึงความเหมาะสมของธนาคารในบทบาทหน้าที่ รวมถึงงบประมาณที่ใช้ ซึ่งได้มาจากการทำกำไรของธนาคาร ว่าสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ของธนาคารได้จริงหรือไม่ โดยมีพนักงานที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย กับโครงการดังกล่าว

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้า และพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls ซึ่งโดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์กับ ฝ่ายสื่อสารองค์กร และธนาคาร โดยสามารถนำมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจ และวางแผนการจัดประกวดครั้งต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบทัศนคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls
2. ทำให้ทราบทัศนคติของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการการจัดประกวด KBANK e-Girls
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ และวางแผนการจัดประกวดในครั้งต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ และเป็นผู้รู้จักโครงการจัดประกวด KBANK e-Girls

พนักงาน หมายถึง ผู้ที่เป็นลูกจ้างประจำ ที่ปฏิบัติงานอยู่กับบริษัทธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่

โครงการจัดประกวด KBANK e-Girls หมายถึง การคัดเลือกผู้หญิงจำนวน 8 คน ที่มีคุณลักษณะโดดเด่น สวย มีความสามารถ เฉลียวฉลาด และปราดเปรียว มาเป็นตัวแทนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารกสิกรไทย