บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ธุรกิจธนาคารในปัจจุบันทำหน้าที่มากกว่าสถาบันที่เป็นตัวกลางในการรับฝากเงินจากผู้ที่มีเงินออมและนำเงินฝากเหล่านั้นปล่อยกู้ให้กับผู้ที่ต้องการใช้เงินทุน ดังจะเห็นได้จากการที่ธนาคารชั้นนำของโลกมีการดำเนินธุรกรรมทางการเงินที่กว้างขวางมากขึ้น ธนาคารขนาดใหญ่หลายแห่งได้พัฒนาเป็นเครือข่ายธุรกิจที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร ส่งผลกระทบต่อธนาคารพาณิชย์ไทยให้ต้องมีการปรับตัวเพื่อก้าวสู่ความเป็นสากล และสามารถแข่งขันกับธนาคารต่างชาติที่เข้ามาเปิดสาขาเพิ่มขึ้นในประเทศไทยได้ โดยปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงจากธุรกิจของครอบครัวมาเป็นบริษัทมหาชน มีผู้ถือหุ้นจำนวนมากและมีสัดส่วนผู้ถือหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติมากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศ ไทย, 2552 : ออนไลน์)

ด้วยสภาวะการแข่งขันของธุรกิจธนาคารทั้งจากต่างประเทศและในประเทศไทยนี้เอง ทำให้ธนาคารต้องสร้างความแตกต่าง โดยสิ่งสำคัญคือ การให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธนาคารที่ต้องการประสบความสำเร็จจึงควรเน้นการให้บริการที่จะสร้างความประทับใจเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่หลากหลายประเภท (วรพงษ์ สมิทธิฤทธา, 2552 : ออนไลน์) เพื่อเพิ่มรายได้จากการบริการทางการเงินที่สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ไทยจึงมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เงินรับฝาก หรือรายการส่งเสริมการขายพิเศษออกมาเป็นระยะๆ เพื่อรักษาฐานลูกค้าและเพื่อให้แข่งขันได้กับทางเลือกในการออมและลงทุนประเภทอื่นๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินรับฝากประจำ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2552 : ออนไลน์) และมีบริการเสริมในด้านการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกค้าในแต่ละกลุ่มเพื่อใช้บริการผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่หลากหลายของธนาคารได้ตรงตามเป้าหมาย โดยเริ่มหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการวางแผนการเงินให้แก่ลูกค้า เช่น มีการขยายแผนกบริการส่วนบุคคล สำหรับลูกค้าของธนาคาร (สุรเทพ โลหิตกุล, 2552 ออนไลน์)

ธนาคารกสิกรไทยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ครบวงจรอย่างมีคุณภาพ โดยยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ภายใต้ชื่อ “เครือธนาคารกสิกรไทย” โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการที่ดีที่สุด โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในอันดับที่ 3 ในระบบธนาคารพาณิชย์ เมื่อจัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อันดับจากสินทรัพย์ เงินให้สินเชื่อ และเงินฝาก โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.43 14.25 และ 13.96 ตามลำดับ จากการเข้าใจปัญหาและความต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วยให้ธนาคารกสิกรไทยสามารถนำเสนอวิธีการให้การสนับสนุนทางการเงินที่ดีที่สุดกับลูกค้าทุกกลุ่ม ขณะเดียวกันก็ยังคงเดินหน้าพัฒนางานด้านสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งการจัดการด้านทรัพยากรบุคคลและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงยังเตรียมการเพื่อรับมือกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในระหว่างปี ธนาคารจึงนำการให้บริการที่ปรึกษาด้านวางแผนการเงินกสิกรไทย K-WePlan มาให้บริการเป็นธนาคารแรกในประเทศไทยและได้ยกระดับการให้บริการให้คำปรึกษาการวางแผนทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นรายแรกเช่นกัน เพื่อเป็นการดำเนินการตามนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางของธนาคาร และมุ่งเน้นการสร้างรายได้จากค่าธรรมเนียมให้มากขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2552 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภาคเหนือ เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างมาก ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการประกอบธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ของประชาชนมากขึ้น ส่งผลให้การเติบโตและขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ย่อมเพิ่มขึ้นด้วย

เนื่องจากการเติบโตด้านธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น แสดงให้เห็นถึงภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้แต่ละธนาคารต้องพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำเป็นต้องมีการปรับตัวในด้านต่างๆเพื่อให้การบริการเป็นที่ประทับใจและดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการของธนาคาร โดยให้ความสำคัญในการวางแผนทางการเงินกับลูกค้า จึงมีการนำการให้บริการที่ปรึกษาด้านวางแผนการเงินกสิกรไทยที่เรียกว่า K-WePlan มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการให้บริการดังกล่าวที่ผ่านมายังมีผู้ใช้บริการไม่แพร่หลาย โดยส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ลูกค้ายังไม่รู้สึกประทับใจและไม่เห็นถึงประโยชน์ในบริการดังกล่าวมากนัก ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ K-WePlan ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่จะเป็นประโยชน์ให้ธนาคารนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ K-WePlan ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และใช้เป็นส่วนหนึ่งในการวางกลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับเมื่อลูกค้ามีการวางแผนทางการเงินที่ดีแล้วจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเติบโตขึ้นอย่างมีเสถียรภาพด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ K-WePlan ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ K-WePlan ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการK-WePlan ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีที่ได้รับจากการให้บริการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการเงินกสิกรไทย K-WePlan ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าในด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ความมั่นใจในการรับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการให้บริการ ความเอาใจใส่และเข้าใจความรู้สึกของผู้รับบริการ และความรวดเร็วในการบริการ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการเงินกสิกร ไทย K-WePlan กับธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

บริการ K-We Plan หมายถึง บริการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการเงินกสิกรไทย โดยมีผู้เชี่ยวชาญวางแผนการเงินส่วนบุคคล (Financial Planner) เป็นผู้ช่วยวางแผนให้คำแนะนำทั้งในด้านการออม การลงทุน และการทำประกันความเสี่ยง เป็นต้น รวมถึงการจัดทำแผนการเงินส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย งบดุลส่วนบุคคล งบกระแสเงินสดส่วนบุคคล ผลการตรวจสุขภาพทางการเงิน ผลวิเคราะห์เป้าหมายทางการเงิน เพื่อให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่ลูกค้าต้องการ

K – WePlan หมายถึง โปรแกรมระบบการวางแผนทางการเงินของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved