

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรสำหรับลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” ได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยได้อย่างถูกต้อง โดยครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดคุณภาพการบริการ
- 2.2 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า
- 2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- 2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา
- 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดคุณภาพการบริการ

สมิต สัจฉกร (2542) กล่าวถึงแนวคิดการบริการที่เกี่ยวข้องกับหลักการให้บริการและคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่ดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

“คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น” เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าจะมีความตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน

การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขอภัยก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์

การให้บริการที่รวดเร็ว การส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้การบริการไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่นๆ

การให้บริการในลักษณะใดก็ตาม จะต้องพิจารณาโดยรอบคอบ รอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและผู้ผลิตเท่านั้น ไม่เป็นการเพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่นๆ ด้วย

ส่วนคุณภาพของการบริการนั้น มีความหมายหลายประการซึ่ง สมิต สัจฉกร (2542) กล่าว สรุปไว้ว่า คือ บริการดี ราคาสมเหตุสมผล คุณภาพดีผู้รับบริการพอใจ การบริการที่มีคุณภาพจะเกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ส่วนคุณภาพของบริการจะมีมาตรฐานวัดระดับการให้บริการว่าอยู่ในระดับดีเพียงใดนั้น ได้มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการที่อาจใช้กับบริการทั่วไปได้ มี 10 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. ไว้ใจได้ หมายความว่า การบริการนั้นต้องคงเส้นคงวาและไว้ใจได้
2. ความพร้อม หมายถึง การบริการที่พร้อมตลอดเวลา ผู้ให้บริการมีความเต็มใจและพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ
3. ความสามารถ หมายถึง ผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความรู้ความเข้าใจในบริการนั้น
4. ความสามารถในการเข้าถึง หมายความว่า จะต้องง่ายต่อการติดต่อ ไม่มีพิธีการที่ซับซ้อนและไม่เสียเวลารอคอย
5. ความมีอัธยาศัย หมายถึง ความสุภาพอ่อนน้อม เป็นมิตร และเข้าใจความรู้สึกของลูกค้า
6. การสร้างสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อให้ข่าวสารแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

7. เชื่อถือได้ หมายถึง การบริการนั้นมีความซื่อตรงและวางใจได้

8. มั่นคงปลอดภัย หมายถึง การบริการจะต้องไม่เป็นที่สงสัย ปราศจากการเสี่ยง และอันตราย

9. รู้จักและเข้าใจลูกค้า หมายถึง พยายามทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและให้บริการที่ทำให้ลูกค้าคิดว่าเป็นความใส่ใจเฉพาะตัว

10. พยายามให้สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ หมายความว่า เน้นเป็นพิเศษในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นรูปธรรม บุคลากร ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่สามารถสัมผัสได้

2.2 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ (Customer Satisfaction) มีผลต่อความสำเร็จของงาน เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการซึ่งขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ในการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะในด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการเท่านั้น ตามความหมาย “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix)

เนื่องจากในการให้บริการสินเชื่อนาคารจำเป็นต้องมีการวางแผนการบริการให้เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สามารถแข่งขันในตลาดได้ ซึ่งส่วนประสมของการตลาดบริการ ได้แก่ (อตุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสินค้าหรือบริการที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณประโยชน์หลัก เป็น

ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต รูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนการหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญจะทำให้ผู้บริโภคสามารถประเมินถึงคุณภาพของสินค้าและบริการได้

2. ราคา (Price) คือต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลาในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรมซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าเป็นตัวแทน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ รวมทั้งอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์ ราคาจึงมีคุณค่าทางกลยุทธ์กับบริษัททุกแห่ง

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยพิจารณาถึงที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในทำเลที่ลูกค้าเข้าถึงได้ ดังนั้น การกระจายสินค้าหรือช่องทางการให้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องความสามารถในการซื้อ การใช้ และการรับบริการได้โดยง่าย และสะดวก พร้อมสำหรับลูกค้าในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจ และให้คุณค่าแก่สินค้าและบริการที่เสนอขาย โดยส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 5 ส่วนประสมคือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน และการตลาดทางตรง

5. บุคลากร (People) หมายถึง ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในการนำเสนอสินค้าและบริการซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งบุคลิกภาพ การแต่งกาย ทักษะ และพฤติกรรมของพนักงาน ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในการบริการแก่ลูกค้า

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็น เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ เนื่องจากบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องทำข้อเสนอของการบริการให้เป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน สิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้เป็นสิ่งแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอบริการ รวมถึงส่วนประกอบใดก็ตามที่เห็นได้ชัดเจน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน หรือในการสื่อสารงานบริการ สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นคุณภาพของบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ในทางบวกขององค์กร

7. กระบวนการ (Process) คือ ระเบียบวิธี กลไก และการเคลื่อนย้ายของกิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นในระบบการปฏิบัติงานบริการ เนื่องจากกระบวนการของบริการมีความสลับซับซ้อน

ซึ่งนจึงมีความจำเป็นต้องผนวกรับกระบวนการเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อให้การทำงานของกระบวนการเป็นไปโดยราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้

2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเกษตรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยพิจารณาในเรื่องของการวัดคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ โดยการใช้ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ชลธิชา ไชยทิพย์, 2545) โดยได้ใช้หลักเกณฑ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 Ps ประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- มีบริการสินเชื่อหลายประเภทให้เลือกใช้บริการ
- ธนาคารมีประเภทของสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรรูปแบบต่างๆตรงตามความต้องการของลูกค้า

2. ด้านราคา ประกอบด้วย

- เกณฑ์ในการประเมินราคามีความเหมาะสม

3. ด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

- สาขาให้บริการของธนาคารมีจำนวนมากและตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกในการเดินทาง
- ช่องทางการให้บริการสินเชื่อและรูปแบบการชำระเงินที่มีความหลากหลาย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

- ธนาคารและพนักงานสินเชื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรให้กับลูกค้าเป้าหมายและประชาชนทั่วไป
- ธนาคารมีการจัดกิจกรรมต่างๆที่ส่งเสริมให้พนักงานสินเชื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น การจัดงานเลี้ยงขอบคุณลูกค้าผู้ประกอบการ
- มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าสินเชื่อ เช่น ได้รับการแจ้งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ และสิทธิประโยชน์ด้านอัตราดอกเบี้ย และรูปแบบอัตราค่าธรรมเนียมที่หลากหลาย เป็นต้น
- มีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจและสร้างเครือข่ายธุรกิจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจัดสัมมนาทางธุรกิจ การจัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

-มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับผู้ขอสินเชื่อ เช่น ได้รับการดูแลเป็นพิเศษจากธนาคาร
แจ้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างรวดเร็ว

-ธนาคารมีฐานข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ที่สามารถให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและ
ข้อเสนอแนะที่มีต่อธนาคาร

5. ด้านบุคลากร ประกอบไปด้วย

-พนักงานสินเชื่อมีการชี้แจงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และกำหนดเงื่อนไขการ
ให้บริการสินเชื่อ

-พนักงานสินเชื่อมีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับ
สินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ฯลฯ

-มีจำนวนพนักงานสินเชื่อเพียงพอให้บริการอยู่ตลอดเวลา

-พนักงานสินเชื่อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อ
เป็นอย่างดี

-พนักงานสินเชื่อมีการแนะนำและเสนอแนะบริการสินเชื่อที่เหมาะสมตรงกับ
ความต้องการ

-พนักงานสินเชื่อสามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาบริการสินเชื่อได้ถูกต้อง
รวดเร็วและแม่นยำ

-พนักงานสินเชื่อมีความสามารถในการสื่อสารเข้าใจง่ายและชัดเจนเกี่ยวกับ
บริการทางด้านสินเชื่อ

-พนักงานสินเชื่อแสดงการต้อนรับและทักทายอย่างอบอุ่นกับลูกค้า

-พนักงานสินเชื่อมีความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง

-พนักงานสินเชื่อมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ

-พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือ

-พนักงานสามารถจดจำลักษณะและรายละเอียดของลูกค้าได้

-พนักงานสินเชื่อสามารถค้นหาความต้องการของลูกค้าที่แท้จริงได้

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ประกอบไปด้วย

-มีขั้นตอนกระบวนการให้บริการสินเชื่อที่รวดเร็ว

-วงเงินและกระบวนการอนุมัติสินเชื่อตรงตามเวลาที่ได้แจ้งลูกค้าไว้

-มีแบบฟอร์มคำขอสินเชื่อที่เป็นมาตรฐานและระบุจำนวนเอกสารประกอบที่
ชัดเจน

-สัญญาเงินกู้มีแบบฟอร์มมาตรฐานและส่งให้ลูกค้าอ่านล่วงหน้าก่อนวันเซ็นสัญญา

-สามารถตรวจสอบความก้าวหน้าในการยื่นขอสินเชื่อได้ทางอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบไปด้วย

-มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการให้บริการสินเชื่อที่ทันสมัย มีสภาพพร้อมใช้งาน

-ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารฯเป็นที่น่าเชื่อถือ

-พนักงานสินเชื่อไม่เปิดเผยข้อมูลความลับของลูกค้า

-ธนาคารมีระบบในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมาตรฐานและปลอดภัย

-ธนาคารมีระบบการจัดเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย

ได้ใช้หลักเกณฑ์การศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการที่อาจใช้กับบริการทั่วไปได้ มี 10 ประการเข้าด้วยกัน

1. ไว้ใจได้ ประกอบด้วย

- มีแบบฟอร์มคำขอสินเชื่อที่เป็นมาตรฐานและระบุจำนวนเอกสารประกอบที่ชัดเจน

- สัญญาเงินกู้มีแบบฟอร์มมาตรฐานและส่งให้ลูกค้าอ่านล่วงหน้าก่อนวันเซ็นสัญญา

- พนักงานสินเชื่อมีการชี้แจงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และกำหนดเงื่อนไขการให้บริการสินเชื่อ

- พนักงานสินเชื่อมีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ ฯลฯ

2. ความพร้อม ประกอบด้วย

- มีบริการสินเชื่อหลายประเภทให้เลือกใช้บริการ

- มีจำนวนพนักงานสินเชื่อเพียงพอให้บริการอยู่ตลอดเวลา

- มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการให้บริการสินเชื่อที่ทันสมัย มีสภาพพร้อมใช้งาน

- มีขั้นตอนกระบวนการให้บริการสินเชื่อที่รวดเร็ว

3. ความสามารถ ประกอบด้วย

- พนักงานสินเชื่อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อเป็นอย่างดี
- พนักงานสินเชื่อมีการแนะนำและเสนอแนะบริการสินเชื่อที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ
- พนักงานสินเชื่อสามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาบริการสินเชื่อได้ถูกต้องรวดเร็วและแม่นยำ
- พนักงานสินเชื่อมีความสามารถในการสื่อสารเข้าใจง่ายและชัดเจนเกี่ยวกับบริการทางด้านสินเชื่อ

4. ความสามารถในการเข้าถึง ประกอบด้วย

- ช่องทางการให้บริการสินเชื่อและรูปแบบการชำระเงินที่มีความหลากหลาย
- สาขาให้บริการของธนาคารมีจำนวนมากและตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกในการเดินทาง
- สามารถตรวจสอบความก้าวหน้าในการยื่นขอสินเชื่อได้ทางอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์

5. ความมีอัธยาศัย ประกอบด้วย

- พนักงานสินเชื่อแสดงการต้อนรับและทักทายอย่างอบอุ่นกับลูกค้า
- พนักงานสินเชื่อมีความสุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง
- พนักงานสินเชื่อมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ

6. การสร้างสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- ธนาคารและพนักงานสินเชื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรให้กับลูกค้าเป้าหมายและประชาชนทั่วไป
- ธนาคารมีฐานข้อมูลลูกค้าสัมพันธ์ที่สามารถให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อธนาคาร
- ธนาคารมีการจัดกิจกรรมต่างๆที่ส่งเสริมให้พนักงานสินเชื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น การจัดงานเลี้ยงขอบคุณลูกค้าผู้ประกอบการ

7. เชื่อถือได้ ประกอบไปด้วย

- พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพที่ดี มีความน่าเชื่อถือ
- ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารฯ เป็นที่น่าเชื่อถือ
- เกณฑ์ในการประเมินราคาหลักทรัพย์ที่จำนองกับธนาคารมีความเหมาะสมและได้มาตรฐาน
- วงเงินและกระบวนการอนุมัติสินเชื่อตรงตามเวลาที่ได้แจ้งลูกค้าไว้

8. มั่นคงปลอดภัย ประกอบไปด้วย

- ธนาคารมีระบบการจัดเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย
- พนักงานสินเชื่อไม่เปิดเผยข้อมูลความลับของลูกค้า
- ธนาคารมีระบบในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมาตรฐานและปลอดภัย

9. รู้จักและเข้าใจลูกค้า ประกอบไปด้วย

- ธนาคารมีประเภทของสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรรูปแบบต่างๆตรงตามความต้องการของลูกค้า
- พนักงานสามารถจดจำลักษณะและรายละเอียดของลูกค้าได้
- พนักงานสินเชื่อสามารถค้นหาความต้องการของลูกค้าที่แท้จริงได้

10. พยายามให้สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ ประกอบไปด้วย

- สิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าสินเชื่อ เช่น ได้รับการแจ้งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อ และสิทธิประโยชน์ด้านอัตราดอกเบี้ย และรูปแบบอัตราการผ่อนชำระที่หลากหลาย เป็นต้น
- มีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจและสร้างเครือข่ายธุรกิจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจัดสัมมนาทางธุรกิจ การจัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
- มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับผู้ขอสินเชื่อ เช่น ได้รับการดูแลเป็นพิเศษจากธนาคาร แจ้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างรวดเร็ว

หมายเหตุ * จากการสัมภาษณ์ นายอารยะ ลายประวัตติ ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทยสาขางนนท่าแพ เชียงใหม่

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ของความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่จะมีการบริการยอดเยี่ยม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการในระดับมาก รวมถึงมีความพึงพอใจทั้งในด้านของรูปลักษณ์ของธนาคาร ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ ในระดับมาก ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการ อยู่ในระดับน้อย

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในแต่ละด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในแต่ละด้านดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ของธนาคาร ได้แก่ อุปกรณ์การตกแต่งและสภาพแวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ธนาคารต้องมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาให้บริการได้ เป็นเป็นอย่างดี และพนักงานมีเพียงพอให้บริการตลอดเวลา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ได้แก่ พนักงานธนาคารต้องให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน ด้านการตอบสนอง ได้แก่ ธนาคารต้องมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้านความไว้วางใจได้ ได้แก่ ธนาคารให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในข้อมูลและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ

รุ่งนภา จันทวิสูตร (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปแบบธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านรูปลักษณ์ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ การตกแต่งและสภาพแวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานต้องได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่พร้อมที่จะใช้งานได้เป็นอย่างดี และมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ด้านตอบสนอง ได้แก่ ธนาคารมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว และพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลา ด้านการให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานธนาคารมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร และมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ได้แก่ พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน

โกวิท มหินชัย (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง เชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านความ

มั่นคงของธนาคาร ความมีชื่อเสียงภาพลักษณ์ของธนาคารและมีประเพณีเชื่อให้เลือกใช้บริการ หลากหลายตรงกับความต้องการ ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาผ่อนชำระหนี้คืนธนาคารเหมาะสม จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านมีจำนวนสาขามากสะดวกในการใช้บริการ ป้ายตราสัญลักษณ์ของธนาคารมองเห็นได้ง่าย สถานที่ตั้งใกล้บ้านสะดวกในการติดต่อ สถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงานสะดวกในการติดต่อ สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์และทางอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ธนาคารจะมีสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าสินเชื่อของทางธนาคาร เช่น การแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้า อัตราดอกเบี้ย การผ่อนชำระที่ทางธนาคารมีรูปแบบการผ่อนชำระหลายช่องทาง เพื่อสะดวกต่อการติดต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ พนักงานมีการอธิบายสินเชื่อ และเงื่อนไขต่างๆ ชัดเจน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาดภายในธนาคาร ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ บรรยากาศภายในธนาคารมีความอบอุ่นเป็นกันเอง ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ธนาคารมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้าได้พิจารณาประเพณีเชื่อได้หลากหลาย ส่วนด้านปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อพบว่า ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการด้านราคา และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ศรชัย เขียวอ้าย (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีประเพณีเชื่อที่ หลากหลายให้เลือก มีบริการสินเชื่อธุรกิจต่างประเทศและจำนวนเงินที่ผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสม ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประเมินหลักทรัพย์มีความเหมาะสม และอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามภาวะตลาดและค่าธรรมเนียมการจัดการให้คู่เหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีสาขาในศูนย์การค้าที่เปิดให้บริการทุกวัน มีจำนวนสาขามาก มีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีแผ่นพับแนะนำ บริการประเภทต่างๆ มีโครงการช่วยเหลือสังคมในส่วนรวม และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อยสะอาด พุดจาดี และ

พนักงานมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย และมีระบบการทำงาน ที่ถูกต้องแม่นยำ และน่าเชื่อถือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายตราสัญลักษณ์ของธนาคารมองเห็นได้ง่าย ความมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร และอาคารสถานที่ใหญ่โตกว้างขวาง

นรินทร์ หงส์อนุรักษ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจขายปลีกต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสำนักธุรกิจสันป่าข่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านราคา เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านได้ผลการศึกษาดังนี้ ปัจจัยด้านบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือธนาคารมีสินเชื่อกับทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้เลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตาม ภาวะการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สิทธิพิเศษลูกค้าได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดการสินเชื่อ ปัจจัยด้านพนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสพูดจาดีและแต่งกายเหมาะสมมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ธนาคารมีความมั่นคงชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ วงเงินและขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อตรงตามเวลานัดหมาย

สมชาย ขวัญชัยศักดิ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้บริการสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดราชบุรี ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่

ให้บริการและปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลลำดับแรกมีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ มีบริการที่ครบวงจร ปัจจัยด้านราคาได้แก่ จำนวนเงินที่ผ่อนต้องงวด ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการได้แก่ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ปัจจัยด้านพนักงาน ได้แก่ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีของพนักงาน ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการได้แก่ การให้คำตอบที่รวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved