

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศให้ดำเนินไปได้ด้วยความราบรื่น สถาบันการเงินจึงเป็นองค์หลักที่สำคัญองค์หนึ่งในการที่จะช่วยระดมเงินทุนที่เป็นในรูปของเงินออมจากภาคส่วนและต่าง ๆ เพื่อนำเงินออมเหล่านั้นมาใช้เป็นเงินทุนในการให้ภาคธุรกิจกู้ยืมไปใช้ในระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เป็นหลักของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในประเทศไทย และสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญในการที่จะช่วยระดมเงินออมให้ได้มากที่สุด ก็คือ ธนาคารพาณิชย์ ที่เปิดบริการรับฝากเงินออมจากประชาชนและนิติบุคคลทั่วไป

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญและโดดเด่นมากที่สุดในระบบการเงินของประเทศไทย¹ เพราะเป็นสถาบันการเงินประเภทแรกที่เปิดดำเนินการในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2431 โดยได้รับการคุ้มครองและการส่งเสริมจากรัฐบาล เพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงินของระบบเศรษฐกิจในประเทศไทย ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยมีจำนวน 18 ธนาคาร² (ณ วันที่ 27 มีนาคม 2550) ได้แก่

1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) BANGKOK BANK PUBLIC COMPANY LTD.
2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LTD.
3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) BANK OF AYUDHYA PUBLIC COMPANY LTD.
4. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) KASIKORNBANK PUBLIC COMPANY LTD.
5. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) TMB BANK PUBLIC COMPANY LTD.

¹ เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม, วิวัฒนาการของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. 34.

² ธนาคารแห่งประเทศไทย, “ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ,” <http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/Financial_Institutions/Address/bankthaiT>, 5 มิถุนายน 2550.

6. ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) BANKTHAI PUBLIC COMPANY LTD.
7. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) THE SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LTD.
8. ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) SIAM CITY BANK PUBLIC COMPANY LTD.
9. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) STANDARD CHARTERED BANK (THAI) PUBLIC COMPANY LTD.
10. ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) UNITED OVERSEAS BANK (THAI) PUBLIC COMPANY LTD.
11. ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) THANACHART BANK PUBLIC COMPANY LTD.
12. ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) TISCO BANK PUBLIC COMPANY LTD.
13. ธนาคารเมกะ สากลพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) MEGA INTERNATIONAL COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LTD.
14. ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) KIATNAKIN BANK PUBLIC COMPANY LTD.
15. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) LAND AND HOUSES RETAIL BANK PUBLIC COMPANY LTD.
16. ธนาคารสินเอเซีย จำกัด (มหาชน) ACL BANK PUBLIC COMPANY LTD.
17. ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) THE THAI CREDIT RETAIL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED
18. ธนาคารเอไอจี เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) AIG RETAIL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED

โดยธนาคารพาณิชย์ทั้ง 18 ธนาคารเหล่านี้มีสาขาที่เปิดดำเนินการกระจายอยู่ทั่วประเทศไทยจำนวนมากถึง 4,775 สาขา แบ่งเป็นสาขาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 1,581 สาขา (ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2550) ซึ่งในประเทศไทยจะมีการจัดลำดับขนาดของธนาคารพาณิชย์ทั้ง 18 ธนาคารตามมูลค่าของสินทรัพย์แต่ละธนาคารนั้น โดยขนาดของธนาคารพาณิชย์

ที่ตั้งไว้มี 3 ขนาด คือ 1. ขนาดใหญ่ 2. ขนาดกลาง และ 3. ขนาดเล็ก ธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จัดอยู่ในประเภทของธนาคารขนาดเล็ก³

เมื่อพิจารณาในแง่ของเงินทุนประกอบการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจะพบว่า เงินฝากเป็นแหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการประกอบแหล่งใหญ่ที่สุด และคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการเจริญเติบโตของธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มาจากความเชื่อถือของประชาชนในด้านการที่จะมอบความไว้วางใจให้ธนาคารเป็นผู้รักษาเงินออมเหล่านั้น นอกจากนี้การให้บริการเงินกู้ของประชาชนต่อธนาคารพาณิชย์ก็มีแนวโน้มที่สูงขึ้นด้วย

แม้ว่าประชาชนจะมีทางเลือกมากมายในการใช้บริการออมเงินหรือกู้เงินจากหลายสถาบันการเงินก็ตาม แต่ธนาคารพาณิชย์ก็ยังคงเป็นสถาบันการเงินที่ได้รับความนิยมจากประชาชนในการเลือกที่จะใช้บริการทางการเงินอยู่ เพราะธนาคารพาณิชย์มีบริการธุรกรรมทางการเงินหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามธนาคารพาณิชย์ที่มีอยู่ในประเทศไทยก็มีมากพอที่จะให้ประชาชนได้เลือกที่จะใช้บริการตามความสะดวกความคล่องตัวในการใช้บริการของประชาชนแต่ละบุคคล ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งจึงพยายามอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การฝากเงิน กู้เงิน บริการด้านต่างประเทศ บริการด้านบัตรเครดิต บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ และบริการอื่น ๆ อีกมากมาย

สำหรับธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) เดิมนั้นมาจาก บริษัทเงินทุนธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ที่ได้ทำการคืนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเงินทุนต่อกระทรวงการคลังตามนโยบายสถาบันการเงิน 1 รูปแบบ (One Presence) ของแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน ที่กำหนดโดยธนาคารแห่งประเทศไทยและกระทรวงการคลังในเดือนธันวาคมปี พ.ศ.2541 ที่บริษัทเงินทุนฯ จะต้องแปรสภาพเป็น Holding Company เมื่อมีบริษัทเงินทุนฯ มีเงินทุนสำรองเพื่อหนี้เสียเกิน 10,000,000,000 บาท และต้องรวมกิจการของสถาบันการเงินอย่างน้อย 5 แห่ง ซึ่งบริษัทเงินทุนธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ได้ทำการคืนใบอนุญาตในวันที่ 3 มกราคม พ.ศ.2545 พร้อมได้ทำการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อเป็นธนาคารต่อกระทรวงพาณิชย์ และเปิดทำการครั้งแรกในวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2545 โดยมีบริษัท ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจทางการเงินครบวงจร (Financial Holding Company) ดูแลนโยบายการประกอบธุรกิจของกลุ่ม

³ ธนาคารแห่งประเทศไทย, “ข้อมูลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์,”

ธนาคาร โดยจะใช้ธนาคารธนาคารเป็นช่องทางหลักในการบริหารผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่มธนาคาร⁴

กลุ่มธนาคารนั้นมีบริษัทในเครือธุรกิจของธนาคารด้วยกันนั้นมีอยู่ 5 กลุ่มหลัก คือ⁵

1. ธุรกิจธนาคาร เป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ ธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ให้บริการด้านเงินฝาก บริการให้สินเชื่อ และบริการอื่น ๆ

2. ธุรกิจหลักทรัพย์ ได้แก่ บริษัท หลักทรัพย์ ธนาคาร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ และวาณิชธนกิจ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนธนาคาร จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดการกองทุนรวม กองทุนส่วนบุคคล และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

3. ธุรกิจประกัน ได้แก่ บริษัท ธนาคาร ประกันภัย จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักในการรับประกันภัยรถยนต์ และรับประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ บริษัท ธนาคาร ประกันชีวิต จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักในการรับประกันชีวิตทั้งประเภทกลุ่มและประเภทสามัญ รวมถึงการรับประกันอุบัติเหตุ

4. ธุรกิจบริการสินทรัพย์ ได้แก่ บริษัท บริหารสินทรัพย์ เอ็น เอฟ เอส จำกัด ดำเนินธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพที่รับโอนจากบริษัท เงินทุนธนาคาร จำกัด (มหาชน) (ชื่อเดิม-ปัจจุบันคือ บริษัท ทุนธนาคาร จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือบริษัท บริหารสินทรัพย์ แม็กซ์ จำกัด ดำเนินธุรกิจหลักในการรับซื้อและบริหารหนี้ด้วยคุณภาพจากสถาบันการเงินอื่น

5. ธุรกิจลีสซิ่ง บริษัทได้ลงทุนในบริษัท ธนาคารกรุป ลีสซิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ถือหุ้นในบริษัท ธนาคารลีสซิ่ง 2000 จำกัด และบริษัท เนชั่นแนล ลีสซิ่ง จำกัด โดยบริษัท ธนาคารลีสซิ่ง 2000 จำกัด ดำเนินธุรกิจเช่าซื้อในพื้นที่ที่บริษัทแม่ไม่สามารถให้บริการได้ ส่วนบริษัท เนชั่นแนลลีสซิ่ง จำกัด ทำธุรกรรมด้านลีสซิ่งให้กับบริษัทในกลุ่มธนาคาร

ซึ่งบริษัทในกลุ่มธนาคารได้ดำเนินธุรกิจตามโครงสร้างตามแนวนโยบายสถาบันการเงิน 1 รูปแบบ (One Presence) และได้จัดตั้งกลุ่มธุรกิจทางการเงิน ตามเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม (Consolidated Supervision) ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นเดิมในบริษัทแต่อย่างใด โดยแนวนโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของธนาคารธนาคารนั้นเป็นแนวนโยบายของกลุ่มธุรกิจธนาคารร่วมกัน คือ “เป็นกลุ่มที่ให้บริการทางการเงินครบวงจร มุ่งเน้น

⁴ กรมสรรพากร, “ชื่อหรืออาชีพอากร,” <<http://www.rd.go.th/publish/30659.0.html>>, 5 มิถุนายน 2550.

⁵ ธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี พ.ศ.2549 ของ ธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน),” ธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน), 2549.

ความสร้างสรรค์ความเป็นเลิศทางด้านบริการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองทุกความต้องการทางการเงินของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ภายใต้ความร่วมมือและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของทุกหน่วยงาน” ซึ่งวิสัยทัศน์ดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นจาก 3 พื้นฐานหลัก คือ การเป็นกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรโดยมีธนาคารเป็นผู้นำเสนอบริการ (Universal Banking) การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก (Customer Centric) และความร่วมมือความเป็นหนึ่งเดียวกันของทุกหน่วยงาน (Synergy) ภายใต้ความเชื่อที่ว่า 3 พื้นฐานหลัก คือ ปัจจัยหลักที่จะทำให้กลุ่มธนาคาร เป็น Fully Integrated Financial Service ได้ในอนาคต

การทำธุรกิจการเงินครบวงจร (Universal Banking) จัดให้มีบริการทางการเงินครบวงจร ในการที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ควบคู่กับการมีช่องทางบริการและเครือข่ายที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ในทุก ๆ จุดบริการ และครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ลูกค้าทั่วประเทศสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกและได้รับการบริการที่ดี ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของธนาคารจากนี้ต่อไป คือ การมุ่งเน้นการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การเร่งขยายการเปิดสาขา สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ และเครื่องบริการอัตโนมัติ (ATM, ADM) เพื่อขยายเครือข่ายการให้บริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุมทั่วประเทศ

การสามารถตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) ปรับกระบวนการบริการทางการเงิน ที่สามารถตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญต่อการปรับปรุง คำนวณ และวิจัย รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสามารถที่จะตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ทั้งนี้รวมถึงการพัฒนาระบบการบริหารฐานข้อมูล (Data Management Center) เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาการให้บริการต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ธนาคาร ยังให้ความสำคัญในการให้บริการของพนักงานที่มีต่อลูกค้า โดยพนักงานทุกคนจะเอาใจใส่ลูกค้าผ่านการสอบถามด้วยคำพูดที่ประทับใจ สังเกตการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้เป็นประจำ รวมทั้งการห่วงใยและพร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี

การผนึกพลังร่วมของบริษัทในกลุ่มและพนักงานเพื่อดำเนินธุรกิจเชิงรุก (Synergy) การร่วมมือร่วมแรงใจ ในการทำงานร่วมกันของบริษัทในกลุ่มธนาคารทุกบริษัทและพนักงานทุกระดับจนถึงผู้บริหาร ในลักษณะการทำงานแบบบูรณาการ (Integrative) ก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจเชิงรุกสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของธนาคาร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ในการปฏิบัติงาน กลุ่มชนชาติจึงได้สนับสนุนที่จะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ (Know-How) และ ความชำนาญ (Skill) ครอบคลุมทุกธุรกิจของกลุ่ม

กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารภาพลักษณ์ความเป็นธนาคารที่โดดเด่น มีความ น่าเชื่อถือในตราของธนาคาร หรือในแง่ของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ เพื่อให้เกิดการ ยอมรับจากลูกค้าจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ซึ่งในระยะแรกของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ ธนาคารนั้นจะเน้นในเรื่องของการโฆษณาเชิงการค้า (Commercial Advertising) ที่เน้นในเรื่อง ของการให้บริการของธนาคาร มากกว่าการเน้นในเรื่องของภาพลักษณ์องค์กร แต่ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของแต่ละธนาคารแทบจะไม่มี ความแตกต่างกันมากนัก จึงทำให้การ โฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ของธนาคารจะเน้นในเรื่องของการโฆษณาเชิงประชาสัมพันธ์ (Corporate Advertising) ซึ่งเป็นการโฆษณาสถาบันที่หวังผลทางด้านชื่อเสียงเกียรติคุณของ องค์กร และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรว่าเป็นสถาบันที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มี ความปลอดภัยในการเก็บรักษาเงินออมของลูกค้า ความสะดวกสบายในการใช้บริการทางการเงิน ประเภทต่าง ๆ กลยุทธ์เหล่านี้จะเห็นได้ชัดเจนจากกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่ต้องการ การยอมรับและความไว้วางใจจากลูกค้า โดยไม่จำกัดกลุ่มของธนาคารว่าเป็นกลุ่มธนาคารขนาด ใหญ่หรือกลุ่มธนาคารขนาดเล็ก เพราะไม่ว่าจะเป็นกลุ่มขนาดใดก็ตามแต่ละธนาคารก็จะ พยายามที่จะใช้ กลยุทธ์เหล่านี้เพื่อแข่งขันกับธนาคารที่เป็นคู่แข่งของตนเอง

ธนาคารชนชาติก็ต้องมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการที่จะได้มาซึ่งการยอมรับจากลูกค้า แม้ว่าฐานลูกค้าเดิมจากการประกอบธุรกิจเงินทุนนั้นจะเป็นสิ่งหนึ่งที่รับประกันได้ถึงชื่อเสียงและ การยอมรับ แต่การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์จากธุรกิจเงินทุนมาสู่การเป็นธนาคารพาณิชย์เต็ม รูปแบบนั้นธนาคารชนชาติเองก็ถือว่าเป็นธนาคารใหม่ที่ก่อตั้งได้ไม่ถึง 6 ปี ดังนั้นภายใน ระยะเวลาอันสั้นที่ธนาคารได้ก่อตั้งขึ้นมา นั้น กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ในด้าน ดอกเบี้ยเงินฝาก หรือกลยุทธ์ในด้านการบริหารบุคลากร ฯลฯ ล้วนถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความ แตกต่างและโดดเด่นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและประชาชนทั่วไป ซึ่งกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ ธนาคารได้นำมาใช้ก็ถือได้ว่าเป็นตัวบ่งบอกถึงการแสดงภาพลักษณ์ของธนาคาร ผู้ศึกษาจึงได้ มีความสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของ ธนาคารแห่งนี้ ว่าด้วยระยะเวลาเพียงไม่กี่ปีนั้นภาพลักษณ์ธนาคารสู่สายตาของประชาชน ผู้ใช้บริการจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่และธนาคารเองควรจะ ต้องมีการปรับปรุงในส่วนใดต่อไปใน ภาวะที่การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ ณ ปัจจุบันนี้อยู่ในขั้นที่การแข่งขันสูงและมีความรุนแรงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เน้นเฉพาะสาขาในเขตของอาคารเอ็ม บี เค ทาวเวอร์ เท่านั้น โดยไม่แบ่งจำนวนของแบบสอบถามต่อสาขาเป็นจำนวนที่แน่นอน ซึ่งสาขาที่อยู่ในเขตของอาคารเอ็ม บี เค ทาวเวอร์นั้นมี 4 สาขา ดังนี้
 - สาขามานูญครอง ชั้น 1 ฝั่งโรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส
 - สาขาซอยเอ็มบี เค เซ็นเตอร์ ชั้น 1 ฝั่งห้างโตคิว
 - สาขาซอยเอ็ม บี เค ทาวเวอร์ ชั้น 15 อาคารเอ็ม บี เค ทาวเวอร์
 - สาขาซอยมันนี่ ปาร์ค ชั้น 4 มานูญครอง โซนมันนี่ ปาร์ค
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ วันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ.2550 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2550

นิยามศัพท์

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกทั้งในด้านบวกหรือด้านลบ หรือความรู้สึกที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะทางจิตใจ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อได้เข้ามาสัมผัสภาพลักษณ์และการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ที่ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต้องการนำเสนอ หรือต้องการให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และความเข้าใจองค์กร คือ

- ภาพลักษณ์ธนาคาร (Corporate Image) คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยเน้นที่ภาพรวมทั้งหมด ที่รวมถึงสินค้า ตราสินค้า การบริการ ระบบบริหาร ความมั่นคง บุคลากร ฯลฯ

- ภาพลักษณ์ในการบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพลักษณ์สินค้า (ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร เช่น เงินฝาก สินเชื่อ ฯลฯ) และบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) หมายถึง คน/ กลุ่มคน/ นิติบุคคล ที่ใช้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อทราบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นข้อมูลประกอบเองต้นในการทำแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในครั้งต่อไป