

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ถือว่าเป็นภาคธุรกิจทางการเงินที่มีความสำคัญที่สุดในภาคการเงินไทย โดยธนาคารพาณิชย์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญและทำหน้าที่หลักในการรับฝากเงิน ปล่อยสินเชื่อเพื่อเป็นช่องทางในการดำเนินนโยบายทางการเงินและนโยบายทางเศรษฐกิจ จากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมาหลายปี ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยกลับมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งในเรื่องของเงินฝากที่ต่างมุ่งเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินต่าง ๆ อาทิ การประกันภัย ประกันชีวิต บริการจัดการทางการเงินและการลงทุน เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ สร้างรายได้ค่าธรรมเนียมและพัฒนาสู่การให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรมากขึ้น ในด้านช่องทางการให้บริการ ทุกธนาคารต่างมุ่งเน้นพัฒนาและขยายช่องทางการให้บริการ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการผ่อนปรนกฎ ข้อบังคับของภาครัฐในการดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ การเปิดเสรีทางการเงินระหว่างประเทศที่เปิดโอกาสให้ธนาคารพาณิชย์จากต่างประเทศเข้ามาดำเนินกิจการในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ของไทย (รายงานประจำปี 2551 บมจ. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2551: หน้า 36-44)

จากภาวะการแข่งขันของสถาบันการเงินไทย แต่ละธนาคารต่างมุ่งสู่การแข่งขันในด้านการเป็นธนาคารสำหรับลูกค้ารายย่อยและนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาเป็นตัวนำมากขึ้น เช่น การขยายสาขาย่อยเพื่อเปิดให้บริการนอกเวลาทำการตามห้างสรรพสินค้า การนำเสนอบริการในรูปแบบใหม่ ๆ อาทิเช่น การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์สาธารณะ และการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรใหม่ให้ดูทันสมัยเข้ากับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้วยการปรับเปลี่ยนสี โลโก้ ตลอดจนการตกแต่งสาขาใหม่ทั้งหมด เริ่มจากธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ดูโบราณ ไม่ทันสมัย บริการช้า มาเป็นธนาคารที่สว่างไสว สดใส และดูเป็นคนรุ่นใหม่ ด้านธนาคารไทยพาณิชย์ ได้มีการปรับเปลี่ยนสีธนาคารใหม่ เพิ่มสีเหลืองทองคาดบนพื้นสีม่วงให้ดูทันสมัยมากขึ้น มีการตกแต่งสาขาให้ดูทันสมัย สะอาดตา มีพนักงานที่ยิ้มแย้มตลอดเวลา และให้ความสำคัญต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ด้านธนาคาร

กสิกรไทย ได้มีการปรับเปลี่ยนสี และตกแต่งสาขาให้ดูทันสมัย สร้างความโดดเด่นและแตกต่าง ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจในรูปแบบเครือธนาคารกสิกรไทย (ชลิต ลิปนนะเวช. 2548 : ออนไลน์)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ.2509 เป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง รวดเร็ว มีการปรับปรุง และขยายองค์กรใหม่ทั้งในสำนักงานใหญ่ และสาขา ซึ่งทำให้ธนาคารสามารถให้บริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 ธนาคารกรุงไทยได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหาร และการทำงานแนวใหม่ มีการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาด โดยปรับเปลี่ยนทิศทางธนาคารให้เป็น “ธนาคารความสะดวก (The Convenience Bank) สำหรับลูกค้ารายย่อย ภาคธุรกิจ ภาครัฐ และสถาบัน” อย่างเต็มตัว มีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกประเภทและครบวงจร สามารถใช้บริการของธนาคารได้จากทุกที่ ทุกช่องทาง และทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่มีวันหยุด มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ช่องทางต่าง ๆ ในการบริการให้สดใส ทันสมัย เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของคนรุ่นใหม่และเพิ่มเครือข่ายและขยายช่องทางในการให้บริการกับลูกค้ากระจายไปตามแหล่งชุมชนมากขึ้น (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2552: ออนไลน์) ในปีพ.ศ. 2551 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ประกาศรับประกันคุณภาพการให้บริการของสาขาทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้า และขยายช่องทางการให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ ได้แก่ การเปิดสาขาที่เปิดให้บริการตลอด 7 วัน ติดตั้งจุดบริการ Self Service Banking การเปิดให้บริการสาขาเคลื่อนที่ หรือ KTB Mobile Bank เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น (รายงานประจำปี 2551 บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2551: หน้า 45) และในปี 2554 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ยังคงมุ่งสู่การเป็นธนาคารสะดวกที่นำเสนอบริการอันเป็นเลิศ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ด้วยการเสนอบริการที่รวดเร็ว สะดวกสบาย ครบครัน และทันสมัย ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทุกด้านของภาคเหนือ มีจำนวนสาขานาการพาณิชย์สูงสุดเป็นอันดับสี่ของประเทศ อีกทั้งสัดส่วนเงินฝากและสินเชื่อมีประมาณ 1 ใน 3 ของเงินฝากและสินเชื่อทั้งภาคเหนือ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่ามีธนาคารพาณิชย์ที่เปิดทำการในจังหวัดเชียงใหม่ถึง 198 สาขา และมีมูลค่าเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่สูงถึง 117,914 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553 : ออนไลน์) โดยธนาคารกรุงไทยในจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งสิ้น 32 สาขา เฉพาะในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีสาขาของธนาคารกรุงไทยอยู่ถึง 20

สาขา และมีมูลค่าเงินฝากจำนวน 16,295.77 ล้านบาท จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าจังหวัด เชียงใหม่ โดยเฉพาะในอำเภอเมืองเชียงใหม่ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเข้าถึงลูกค้าและมีความสำคัญต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (รายงานการปฏิบัติงานของสาขาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, 2553 : หน้า 2)

จากแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นธนาคารแสนสะดวกของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารสำนักงานเขตเชียงใหม่ ผู้จัดการสาขาในสังกัดสำนักงานเขตเชียงใหม่จึงมุ่งให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมทั้งด้าน ตัวผลิตภัณฑ์และสถานที่ในการให้บริการ พัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานของสาขาและพนักงานใน สังกัดตน เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการดำเนินงานของธนาคารกรุงไทยในการก้าวสู่การเป็นธนาคารแสนสะดวก ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ว่ามีความสอดคล้องในด้านการเป็นธนาคารแสนสะดวกตรงตามที่ธนาคารต้องการหรือไม่ เพื่อเป็น ข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหาร หน่วยงานและพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทราบถึง มุมมองของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา กลยุทธ์ที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและสามารถนำธนาคารก้าวไปสู่การเป็นธนาคารแสนสะดวก อย่างสมบูรณ์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็น ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

1.3 ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุง เพิ่ม ประสิทธิภาพและวางแผนกลยุทธ์การให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ของธนาคารได้มากยิ่งขึ้นและเป็นแนวทางในการนำธนาคารไปสู่การเป็นธนาคารแสนสะดวกอย่าง สมบูรณ์

1.4 นิยามศัพท์

ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของลูกค้า โดยเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์จากการใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย ที่มีต่อแนวคิดการเป็นธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ทางธนาคารได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร (Product) ธนาคารต้องเป็นศูนย์รวมของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลาย มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าธนาคารและของบุคคลอื่น ๆ

2. ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) สถานที่ตั้งของจุดให้บริการต้องอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถรองรับและสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย ที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้ได้เมื่อต้องการ

3. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Process) มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส โดยคำนึงถึงความสะดวกในการซื้อหรือใช้บริการ การชำระค่าใช้จ่ายที่ง่าย สร้างความสะดวกสบายและไม่ทำให้เสียเวลาแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ

4. ด้านบุคลากร (People) พนักงานผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม แจ่มใส เต็มใจบริการ และมีความรอบรู้ในทุกสินค้าและบริการของธนาคาร สามารถให้คำปรึกษาและขอแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน

ความคิดเห็นของลูกค้า หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ของลูกค้าที่เกิดขึ้นหลังจากเข้ามาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน รวมถึง ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ต่อความสำคัญในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ หมายถึง กลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยเฉพาะลูกค้าบุคคลธรรมดาในกลุ่มที่ 1 ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจหลังเกษียณ นักเรียน นักศึกษา และลูกค้าบุคคลธรรมดาในกลุ่มที่ 2 Successful Beginner เช่น เจ้าของกิจการ ลูกเศรษฐี และกลุ่มวิชาชีพพิเศษ เช่น แพทย์ วิศวกร นักบิน ทนายความ สถาปนิก ผู้ตรวจสอบบัญชี พนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาท ขึ้นไป ที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ อาทิเช่น ด้านการฝาก-ถอน โอนเงิน

การชำระค่าสาธารณูปโภค สินเชื่อ บริการเช่าซื้อสินค้า การลงทุนทางการเงิน กับธนาคารกรุงไทย
จำกัด (มหาชน) จาก 20 สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่