

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	1
กิตติกรรมประกาศ.....	2
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี.....	3
2.1.1 ความหมายของคุณภาพ	3
2.1.2 หลักการบริหารคุณภาพ.....	3
2.1.3 หลักการใช้ Service Recovery	9
2.1.4 การเหนี่ยวนำ.....	11
2.1.5 ความเสี่ยง.....	12
2.1.6 ประเภทของความเสี่ยง	12
2.1.7 การตอบสนองต่อความเสี่ยง	13
2.1.8 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	13
2.1.9 กลยุทธ์การฟื้นฟูการบริการเพื่อคุณภาพ.....	14
2.1.10 กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์.....	15
2.1.11 ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า.....	18

2.1.12	คุณสมบัติของคุณภาพการให้บริการ	19
2.1.13	การวิเคราะห์สาเหตุของลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบ.....	20
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.2.1	แนวทางการพัฒนาระบบการบริการลูกค้าในธุรกิจคมนาคม กรณีศึกษาบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน.....	22
2.2.2	การเพิ่มศักยภาพในการทำระบบการจัดการลูกค้า.....	22
2.2.3	การนำหลัก CRM มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาบริษัทคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก.....	23
3.	ระเบียบวิธีวิจัย	24
3.1.	การศึกษาข้อมูลด้านข้อร้องเรียน.....	24
3.2.	วิธีวิจัย.....	24
3.2.1	การศึกษาข้อมูลและเนื้อหาที่สำคัญของงานวิจัย.....	24
3.2.2	การประเมินและจัดลำดับข้อร้องเรียน	25
3.2.2.1	การวัดระดับความรุนแรงของข้อร้องเรียน.....	25
3.2.2.2	การจัดลำดับข้อร้องเรียน.....	27
3.2.3	การวิเคราะห์ปัญหา.....	29
3.2.4	การสรุปประเด็นปัญหา และนำเสนอแนวทาง.....	30
4.	ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล	31
4.1.	กระบวนการอนุมัติสินเชื่อและบัตรเครดิต.....	32
4.1.1	Marketing Launch.....	32
4.1.2	Sales Communication.....	32
4.1.3	Credit Analysis.....	33
4.1.4	Procurement.....	33
4.1.5	Total Quality.....	33

4.2. การวิเคราะห์ประเมินหาข้อร้องเรียนวิกฤต.....	34
4.3. การวิเคราะห์เพื่อระบุหาประเด็นหลักของข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบระดับสูงที่สุด	35
4.4. การวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัย ผลกระทบ ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข.....	42
4.4.1 ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับพนักงานขาย.....	42
4.4.1.1 พนักงานขายให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน.....	42
4.4.1.2 ใบสมัครหาย /ไม่มีในระบบ.....	51
4.4.1.3 พนักงานขายสัญญาให้ของกำนัลอื่นนอกเหนือโปรโมชัน..	57
4.4.2 ปัญหาด้านการชำระเงิน.....	58
4.4.2.1 ไม่ได้รับใบแจ้งยอดหรือได้รับล่าช้า.....	59
4.4.2.2 การไม่ตัดจ่ายค่าสาธารณูปโภคผ่านบัตรให้ลูกค้า.....	61
4.4.3 ปัญหาในการอนุมัติบัตรเครดิต/สินเชื่อ.....	62
4.4.3.1 ความไม่พอใจวงเงินที่ได้รับ.....	62
4.4.4 ข้อร้องเรียนจากแผนกลูกค้าสัมพันธ์.....	63
4.4.4.1 ลูกค้าต้องการยกเลิกบัตร /ยกเว้นค่าธรรมเนียม.....	64
4.4.5 ข้อร้องเรียนจากแผนกส่งเสริมการขาย.....	66
4.4.5.1 ปัญหาการแลกของรางวัลจากคะแนนสะสม.....	66
4.4.5.2 ปัญหาความไม่พอใจในของรางวัลที่ควบคู่การสมัคร.....	68
4.4.6 ปัญหาด้านอื่น ๆ.....	71
4.4.6.1 ลูกค้าไม่สามารถเข้าระบบ bank online	71
4.4.6.2 ลูกค้าไม่สามารถเข้าระบบอัตโนมัติเพื่อทำการโอนเงิน.....	76
4.4.6.3 ติดต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์ยาก.....	74
4.4.6.4 ปัญหาประกันภัยที่พ่วงมากับบัตร.....	76
4.5. ตารางสรุปผลการนำเสนอแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหา.....	79
4.6. ข้อเสนอแนะของผู้บริหารสำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหา.....	82
5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	90
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	91

5.1.1 การประเมินหาข้อร้องเรียนวิกฤต (Critical Complaint).....	91
5.1.2 การวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัย ผลกระทบและข้อเสนอแนะ.....	92
5.1.3 สรุปผลและตัวอย่างผลที่ได้จากการนำไปประยุกต์ใช้.....	96
5.2 ข้อจำกัดและอุปสรรคในการทำงานวิจัย.....	97
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง.....	97
ภาคผนวก.....	99
ภาคผนวก ก.แบบสัมภาษณ์ปัญหาข้อร้องเรียนด้านสินเชื่อและบัตรเครดิต.....	100
ภาคผนวก ข.ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องถึงปัญหาข้อร้องเรียน.....	102
ภาคผนวก ค.ตารางแสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์.....	104
ภาคผนวก ง.ผลการจัดลำดับความถี่ที่ผ่านมาในอดีตของปัญหาข้อร้องเรียน.....	105
ภาคผนวก จ.ตารางแสดงการประเมินรายการผลกระทบของข้อร้องเรียน.....	107
บรรณานุกรม	108
ประวัติการศึกษา.....	109