

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในภาวะปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจที่ให้บริการด้านธุรกรรมทางการเงิน สินเชื่อบุคคล และบัตรเครดิต ทวีความรุนแรงมากขึ้น การแข่งขันที่สูงมากมาจากภาวะของสภาพเศรษฐกิจที่ความต้องการเงินทุนตั้งแต่ภาคครัวเรือน ไปจนถึงธุรกิจในระดับมหภาค ดังนั้นความจำเป็นที่แต่ละธนาคารต้องปรับตัวในสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจึงต้องพยายามที่จะออกผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมองหากลยุทธ์ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ให้ความสะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในทางธุรกิจมีรูปแบบมากมาย แต่ละช่องทางถือเป็นการสื่อสารที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ทั้งการติดต่อโดยการขายตรง หรือทางโทรศัพท์ การใช้ e- mail หรือ website การมีศูนย์ Call center ที่ให้บริการกับลูกค้าที่ต้องการติดต่อตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่จะประสบ ความสำเร็จได้จะต้องเข้าถึงระบบทุก ๆ ระบบ จุดในทุก ๆ จุดที่จะเชื่อมโยงไปยังลูกค้าโดยทุกฝ่าย ต้องมีแนวความคิดนี้ร่วมกัน ดังนั้นความเข้าใจที่ถูกต้อง การบูรณาการการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จะดำเนินงานภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกันคือ ต้องทำให้เห็นถึงความคาดหวังของ ลูกค้า

การจัดหาแนวทางการพัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าของธุรกิจสินเชื่อและบัตรเครดิต โดยการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ทำให้องค์กรสามารถรักษฐานลูกค้าเก่า คือกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สร้างผลกำไรให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด และช่วยลด ต้นทุนในการแสวงหาลูกค้าใหม่เพื่อเพิ่มผลกำไรในระยะยาวเมื่อลูกค้าเข้ามารู้จักกับองค์กร อาจประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่ดี ประสบการณ์ของลูกค้าเหล่านี้ อาจถ่ายทอดต่อบุคคลอื่นที่ไม่รู้จักหรือไม่เคยมาใช้บริการกับเรา ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ทำให้ลูกค้าบางท่านอาจมีปฏิกิริยาโต้ตอบในลักษณะที่ไม่อยากเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นความเข้าใจในเรื่อง ของการสร้าง ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ถือเป็นการได้เปรียบของการบริหาร นวัตกรรมจัดการ เพราะต้องสร้างกำลังคนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทั้งเชิงรับและเชิงรุก การจัดหา กลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการลดข้อร้องเรียนในแต่ละหัวข้อ การสร้างรูป

แบบธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับสูงสุดจากการใช้บริการและรู้สึกประทับใจจนพูดต่อ (Words of mouth) สร้างฐานลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาในองค์กร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการให้บริการลูกค้าในภาคธุรกิจการเงินสินเชื่อและบัตรเครดิต เพื่อลดข้อร้องเรียนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยการวิเคราะห์หาประโยชน์เพื่อการประยุกต์ใช้กับองค์กรในอนาคต

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการของระบบบริหารลูกค้าในธุรกิจการเงินสินเชื่อและบัตรเครดิตในประเทศไทยโดยอาศัยข้อมูลจากข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นของธนาคารเอบีซี จำกัด มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์หากลยุทธ์การบริหารลูกค้าที่เหมาะสม เพื่อนำมาปรับใช้ในการลดปัญหาที่เกิดขึ้นให้น้อยลงและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงภาพรวมของแนวทางการพัฒนาระบบบริการลูกค้าในธุรกิจ การเงินสินเชื่อและบัตรเครดิตในอนาคต
2. เป็นแนวทางในการที่จะนำมาใช้ควบคุมระบบการทำงานเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในเชิงธุรกิจ
3. ช่วยเพิ่มศักยภาพขององค์กร ลดปัญหาข้อร้องเรียนของลูกค้า และสร้างความพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ
4. สร้างความตระหนักในตราสินค้า (brand awareness) ที่จะทำให้ลูกค้าต้องกลับมาใช้บริการซ้ำ