

การศึกษาความพึงพอใจและแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้า
ผู้ประกอบการ 2: กรณีศึกษาร้านคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น
A STUDY ON CUSTOMER SATISFACTION AND SERVICE IMPROVEMENT'S
GUIDELINES OF ENTREPRENEUR BUSINESS TEAM 2: A CASE STUDY OF
KASIKORN THAI BANK, KHON KAEN NAMUANG ROAD

ปัญญาพร รอดโพธิ์ทอง¹

รักพงษ์ เพชรคำ²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 และเพื่อพัฒนาแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย ถนนหน้าเมืองขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับลูกค้าผู้ประกอบการในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 300 ชุด จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนมากประกอบธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่ง มีการจดทะเบียนธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินกู้ระยะยาว และกู้เบิกเงินเกินบัญชี (O/D) เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทยเนื่องจากชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร และมีสาขาเป็นจำนวนมาก ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อภาพรวมของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ ในระดับมาก ส่วนด้านราคาลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง หลังจากนั้นเลือกหัวข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และระดับน้อย มาจัดทำแนวทางการปรับปรุงการบริการ ของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 สะดวกสบายเมื่อใช้บริการ โครงการที่ 2 Big Cleaning Day โครงการที่ 3 KSME โครงการดี เพื่อคุณ และโครงการที่ 4 KSTAR ดาวเด่นในดวงใจ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การปรับปรุงการบริการ

Abstract

This study was aimed to determine customer satisfaction towards services provided by Entrepreneur Business Team 2, and to develop service improvement guideline for Entrepreneur Business Team 2, Kasikorn Thai Bank, Na Muang Khon Kaen Road Data was collected from 300 customer using questionnaires. The result showed that most of the customers run retail/wholesale business, registered their business as an ordinary person, applied for a long-term loan and used an overdraft (O/D). Reasons of choosing Kasikorn Thai Bank were bank's reputation, stability, and a large number of branches. The customers satisfaction was generally at a high level for service marketing mix factors includes products, places, promotions, people, processes and physical evidences, while customers satisfaction was moderate level in price. Moderate and low satisfactions were selected to develop 4 projects as service improvement guidelines for Entrepreneur Business Team 2 include: Project 1 "Service Convenience", Project 2 "Big Cleaning day", Project 3 "KSME for You" and Project 4 "K-STAR: Star in Your Heart".

Keywords: customer satisfaction, service improvement guideline

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000
E-mail: punjaporn.ro@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000

บทนำ

บมจ. ธนาคารกสิกรไทย นับเป็นธนาคารอันดับต้นๆ ที่ให้บริการด้านสินเชื่อแก่ธุรกิจ SMEs โดยมีปณิธานในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและครบวงจร เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าในทุกระดับ โดยได้ยกระดับการดำเนินธุรกิจให้มีความโดดเด่นและแตกต่าง เน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกกลุ่มให้ได้รับบริการทางการเงินที่มีคุณภาพ โดยอาศัยช่องทางที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสาขาหรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บริการครอบคลุมทุกระดับ และให้ลูกค้าได้รับบริการที่ครบถ้วนด้วยคุณภาพที่สม่ำเสมอ ทุกช่องทาง ทุกเวลา มีความสะดวกและรวดเร็ว คงความหมายของปณิธาน “บริการทุกระดับประทับใจ” [1]

ทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น มีพนักงานทั้งหมด 18 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการทีมลูกค้าผู้ประกอบการ 2 จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 9 คน เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ 5 คน และเจ้าหน้าที่สนับสนุนงานสินเชื่อ 2 คน ทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ถนนหน้าเมืองขอนแก่น ทำหน้าที่หลักในการหาลูกค้าเพื่อกู้สินเชื่อ สามารถขอวงเงินได้ไม่เกิน 30 ล้านบาท และให้วงเงินสินเชื่อแก่ลูกค้าไม่จำกัดจำนวน จึงถือได้ว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความสะดวกยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ถนนหน้าเมืองขอนแก่น จะให้บริการมาเป็นเวลา 11 ปี แล้ว แต่ก็ยังประสบปัญหาในการให้บริการ เช่น ปัญหาเจ้าหน้าที่ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจที่ถ่องแท้ เกี่ยวกับสินเชื่อประเภทต่างๆ หรือบริการเสริม เช่น เครื่องรูดบัตร บัตรเครดิต เป็นต้น ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับการตอบสนองในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารอย่างทันที เมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือต้องการรับบริการ ต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการที่ดูแลลูกค้าเท่านั้น บางครั้งเจ้าหน้าที่ไม่อยู่ประจำสำนักงานลูกค้าก็ต้องรอหรือฝากเรื่องให้เจ้าหน้าที่คนอื่น ทำให้เรื่องของลูกค้าติดต่อก่อน หรือบางครั้งไม่ได้รับการติดต่อกลับ หรือเจ้าหน้าที่คนอื่นไม่สามารถตอบคำถามลูกค้าได้ เป็นต้น เมื่อเกิดปัญหาลูกค้าโทรศัพท์ไปร้องเรียนที่สำนักงานใหญ่ว่าไม่ได้รับข้อมูลและการบริการที่ดีจากทีม ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 ลูกค้าโทรไปร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของทีมงานสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 จำนวน 20 ราย [4] จากปัญหาดังกล่าวที่ได้กล่าวมานี้แสดงให้เห็นถึงการให้บริการที่ไม่ดี ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ อาจจะไปสู่การบอกปากต่อปากและหันไปใช้บริการกับคู่แข่งกันได้ ย่อมส่งผลให้ยอดขายสินเชื่อของธนาคารลดลง

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาซึ่งเป็นพนักงานทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ถนนหน้าเมืองขอนแก่น ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ายกที่มีต่อการให้บริการของทีมงานสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 เพื่อนำข้อมูลมาเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมงานสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ถนนหน้าเมืองขอนแก่น ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทำให้ลูกค้าของได้รับประโยชน์ และได้รับความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของทีมงานสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมงานสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น

ประชากรในการศึกษา คือ ลูกค้าของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น จำนวน 1,170 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดของตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน [5] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บแบบสอบถาม จำนวน 291 ราย เพื่อให้ครอบคลุมผู้ประกอบการทุกประเภทธุรกิจ จึงทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม มีส่วนประกอบทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลธุรกิจ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน ผลประกอบการ และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยประยุกต์คำถามจากทฤษฎีผู้บริโภค ประกอบด้วย ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who is the Target Market?) ตลาดซื้ออะไร (What Does the Market Buy?) ทำไมจึงซื้อ (Why Does the Market Buy?) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who Participates in the Buying?) ซื้อเมื่อใด (When Does the Market Buy?) ซื้อที่ไหน (Where Does the Market Buy?) และซื้ออย่างไร (How Does the Market Buy?) [6]

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อ ส่วนนี้เป็นการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่นต่อการให้บริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ตามส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) [7] ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยพึงพอใจมากที่สุด ให้ 5 คะแนน พึงพอใจมาก ให้ 4 คะแนน พึงพอใจปานกลาง ให้ 3 คะแนน พึงพอใจน้อย ให้ 2 คะแนน และพึงพอใจน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์เพื่อแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับขั้นของความพึงพอใจ คือ

คะแนน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
5	4.21 - 5.00	มีความพึงพอใจมากที่สุด
4	3.41 - 4.20	มีความพึงพอใจมาก
3	2.61 - 3.40	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	1.81 - 2.60	มีความพึงพอใจน้อย
1	1.00 - 1.80	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะการให้บริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การพัฒนาแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น

หลังจากที่ได้ข้อมูลความพึงพอใจเลือกหัวข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และระดับ

น้อย มาจัดทำแนวทางการปรับปรุงการบริการ รวมทั้งข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของทีมนินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาระดมสมองร่วมกับทีมนินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 เพื่อเสนอแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมนินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น ต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของทีมนินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 30 – 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประเภทธุรกิจ ค้าปลีก / ค้าส่ง เกษตรกรรม / เลี้ยงสัตว์ รับเหมาก่อสร้าง ร้านขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง มีระยะเวลาที่ในการดำเนินงานธุรกิจ ตั้งแต่ 3 - 10 ปี มีรูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ อยู่ที่ 11 - 50 ล้านบาท

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้าผู้ประกอบการ ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัท ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 – 5 ปี ประเภทวงเงินสินเชื่อที่ใช้บริการกับธนาคารเป็นแบบเงินกู้ระยะยาว กู้เบิกเงินเกินบัญชี (O / D) มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารเพราะ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร ธนาคารมีสาขาเป็นจำนวนมาก เจ้าหน้าที่ธนาคารเป็นช่องทางที่รับทราบข้อมูลการขอใช้บริการสินเชื่อ ส่วนมากมีการใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอื่นร่วมด้วย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารอื่นที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอื่นร่วมด้วย เหตุผลที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารอื่นที่เลือกนั้นเพราะ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร และอัตราดอกเบี้ย

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของทีมนินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านราคา รายละเอียดผลการศึกษา คือ

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดหัวข้อชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร และมีความพึงพอใจในระดับมาก ในหัวข้อประเภทของสินเชื่อที่ให้บริการมีความหลากหลาย วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า เงื่อนไขและความสะดวกในการใช้วงเงินสินเชื่อ การใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันมีความเหมาะสมกับวงเงินสินเชื่อ และ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคารเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ

1.2 ด้านกระบวนการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในหัวข้อมีการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี และมีความพึงพอใจในระดับมากในหัวข้อมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ระยะเวลาในการประเมินหลักทรัพย์รวดเร็ว ความชัดเจนของแบบฟอร์ม และนิติกรรมสัญญา ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อจนถึงทำสัญญารวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และความชัดเจนของรายละเอียดเกี่ยวกับการขอรับบริการ เงื่อนไข การเตรียมเอกสารของธนาคาร

1.3 ด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในหัวข้อ มีการใช้เทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย เช่น ตู้เอทีเอ็ม การโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มีระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร มีความพึงพอใจในระดับมากในหัวข้อ ภายในธนาคารมีเครื่องมือ และอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ความชัดเจนของ

แบบฟอร์ม และนิติกรรมสัญญา พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ภายในธนาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และแบบฟอร์มคำขอสินเชื่อ และ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในหัวข้อ จำนวนเก่าอี้ และที่นั่งรับรองลูกค้า มีความเพียงพอ

1.4 ด้านบุคลากร พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกหัวข้อ ได้แก่ ทีมงานผู้บริหารมีศักยภาพ สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ พนักงานมีบุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี และการแต่งกายเหมาะสม พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ พนักงานให้บริการกับลูกค้าอย่างเสมอภาค และ พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนใจตอบสนอง

1.5 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในหัวข้อการประชาสัมพันธ์ การให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา เป็นต้น พนักงานธนาคารออกไปแนะนำการใช้บริการ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ การออกเยี่ยมกิจการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการแจกปฏิทิน ของชำร่วย และของที่ระลึกในเทศกาลที่สำคัญ และ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในหัวข้อมีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม มีการสัมมนาลูกค้าผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ

1.6 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในหัวข้อ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการติดต่อ มีห้องน้ำชาย หญิง สำหรับจัดให้ผู้ใช้บริการ ภายในสำนักงานมีบริเวณกว้างขวาง สะอาด และมีรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในหัวข้อ ป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ มีความชัดเจน เพื่อความสะดวกในการติดต่อของลูกค้า ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น และ มีความพึงพอใจในระดับน้อยในหัวข้อ มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับลูกค้า

1.7 ด้านราคา พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกหัวข้อ ได้แก่ จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจ ค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น และ ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น

2. แนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น

จากความพึงพอใจของลูกค้าในหัวข้อที่มีความพึงพอใจระดับปานกลางและน้อย (ตารางที่ 1) ผู้ศึกษาได้นำเสนอผู้บริหารระดับต้นเพื่อจัดทำแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ถนนหน้าเมืองขอนแก่น ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ได้ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 สะดวกสบายเมื่อใช้บริการ โครงการที่ 2 Big Cleaning Day โครงการที่ 3 KSME โครงการที่ 4 เพื่อคุณ โครงการที่ 4 KSTAR ดาวเด่นในดวงใจ

สรุป

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนมากประกอบธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่ง มีการจดทะเบียนธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินกู้ระยะยาว และกู้เบิกเงินเกินบัญชี (O/D) เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทยเนื่องจากชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร และมีสาขาเป็นจำนวนมาก ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อภาพรวมของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ ในระดับมาก ส่วนด้านราคาลูกค้ามีความพึงพอใจใน

ระดับปานกลาง หลังจากนั้นเลือกหัวข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และต่ำกว่าระดับปานกลาง มาจัดทำแนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 สดวกสบายเมื่อใช้บริการ โครงการที่ 2 Big Cleaning Day โครงการที่ 3 KSME โครงการดี เพื่อคุณ โครงการที่ 4 KSTAR ดาวเด่นในดวงใจ

เอกสารอ้างอิง

- [1] บมจ.ธนาคารกสิกรไทย. (2559). **ลูกค้าเอสเอ็มอี**. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559, จาก <http://www.kasikornbank.com/TH/SME/Pages/SME.aspx>
- [2] บมจ.ธนาคารกสิกรไทย. (2559). **กสิกรไทยตั้งเป้าปี 59 สินเชื่อโต 6-7% ชูยุทธศาสตร์ดิจิทัลล้ำหน้าสู่ธนาคารแห่งเออีซี +3**. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559, จาก <http://www.kasikornbank.com/TH/WhatHot/Pages/KBank2016.aspx>
- [3] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2550). **สินเชื่อผู้ประกอบการ**. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559, จาก http://www.kasikornbank.com/TH/Investors/FinanInfoReports/FinancialReportsByTopic/KBank_TH_012_051.pdf
- [4] ทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2. (2559). ข้อมูลการดำเนินการด้านสินเชื่อ ทีมผู้ประกอบการ 2. ขอนแก่น: ทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2. (เอกสารอัดสำเนา).
- [5] Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30, 607-610.
- [6] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [7] อีริกตี นัวร์ตัน ณ อยู่ชยา. (2557). **การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ = Services marketing: concepts and strategies**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตารางที่ 1 หัวข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และระดับน้อย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	X	S.D.	การแปลผล
ด้านราคา			
จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดเหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้	3.34	0.55	ปานกลาง
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจ	3.16	0.56	ปานกลาง
ค่าใช้จ่ายในการประเมินหลักทรัพย์	3.15	0.55	ปานกลาง
อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	2.72	0.73	ปานกลาง
ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	2.63	0.72	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
ภายในสำนักงานมีบริเวณกว้างขวาง สะอาด และมีรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม	3.39	0.81	ปานกลาง
ป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ มีความชัดเจน เพื่อความสะดวกในการติดต่อของลูกค้า	3.26	0.84	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)			

ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น	3.09	0.92	ปานกลาง
มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับลูกค้า	2.13	0.79	น้อย
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
มีส่วนลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม	2.99	0.65	ปานกลาง
มีการสัมมนาลูกค้าผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ	2.97	0.78	ปานกลาง
ด้านบุคลากร			
พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนใจตอบสนอง	3.34	0.64	ปานกลาง
ด้านหลักฐานทางกายภาพ			
ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ	3.37	0.72	ปานกลาง
จำนวนเก้าอี้ และที่นั่งรับรองลูกค้า มีความเพียงพอ	2.70	0.81	ปานกลาง

ตารางที่ 2 แนวทางการปรับปรุงการบริการของทีมสินเชื่อเพื่อธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2

แนวทางการปรับปรุงการบริการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
โครงการที่ 1 สะดวกสบายเมื่อใช้บริการ	เดือนกันยายน ค. 2559 เป็นต้นไป	35,000
โครงการที่ 2 Big Cleaning Day	ไตรมาสที่ 3 และไตรมาสที่ 4	3,000
โครงการที่ 3 KSME โครงการดี เพื่อคุณ	เดือนกันยายน พ.ศ. 2559 เป็นต้นไป	15,000
โครงการที่ 4 KSTAR ดาวเด่นในดวงใจ	เดือนกันยายน พ.ศ. 2559 เป็นต้นไป	8,000
รวมงบประมาณ		61,000