

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

หลังจากวิกฤติทางการเงินเมื่อกลางปี 2540 ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เผชิญกับปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL : Non Performing Loans) และการลดลงของมูลค่าหลักประกัน นับเป็นปัญหาที่ทำให้ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ไทยต้องแบกรับภาระการตั้งสำรองเพิ่มขึ้น และแม้ว่าในปี 2543 ธนาคารพาณิชย์(ยกเว้นธนาคารรัฐที่เป็นภาระกองทุนฟื้นฟู) จะสามารถทำสำรองเผื่อหนี้สงสัยจะสูญได้เกิน 100% ตามกฎเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย(เฉลี่ย 125% ) (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด , 2544 : 1)และธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มีฐานะเงินกองทุนที่แข็งแกร่งขึ้นแล้วก็ตาม การแก้ปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้อาจยังคงเป็นภาระกิจสำคัญที่ต้องสานต่อต่อไป โดยธนาคารต้องมุ่งเน้นปรับองค์กรและบุคลากรเพื่อให้สามารถรองรับกับรูปแบบบริการใหม่ที่ต้องแข่งขันกันรุนแรงขึ้น แม้ธนาคารจะมีแนวโน้มที่จะมุ่งแสวงหารายได้จากฐานรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะฐานรายได้ประเภทค่าธรรมเนียมบริการประเภทต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับธุรกรรมบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ แต่รายได้หลักของธนาคารยังคงมาจากการให้บริการด้านสินเชื่อ ซึ่งด้วยข้อจำกัดในการขยายสินเชื่อใหม่ ทั้งในด้านการชะลอตัวลงทางเศรษฐกิจ และปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่ย้อนกลับมาหลังปรับโครงสร้างหนี้ ทำให้การขยายสินเชื่อต้องดำเนินอย่างเข้มงวดและปรับกลยุทธ์ในการเจาะตลาด เพื่อหาลูกค้ารายใหม่ที่มีจำกัด หรือเพื่อรักษาสัดส่วนของลูกค้านั่นไว้

การให้สินเชื่อเป็นธุรกิจที่สำคัญที่จะสร้างรายได้ให้ธนาคารพาณิชย์ และการให้สินเชื่อยังมีความสำคัญในการสนองความต้องการเงินทุนของธุรกิจ เงินที่ธนาคารพาณิชย์ให้สินเชื่อส่วนใหญ่นำมาจากเงินฝาก ซึ่งธนาคารพาณิชย์มีพันธะต้องจ่ายคืน ดังนั้นการพิจารณาให้สินเชื่อจึงต้องกระทำด้วยความระมัดระวังรอบคอบ เนื่องจากผลเสียหายที่เกิดขึ้นจากการให้สินเชื่อจะส่งผลกระทบต่อ การให้สินเชื่อมีความสำคัญมากดังกล่าวกฎหมายการธนาคารพาณิชย์จึงจำเป็นต้องมีบทบัญญัติ เพื่อใช้บังคับเกี่ยวกับการควบคุมการขยายสินเชื่อตามมาตรา 10 กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ดำรงเงินกองทุนทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่าอัตราส่วนกับสินทรัพย์ หนี้สินและภาระผูกพัน ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด เนื่องจากสินทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นเงินให้สินเชื่อ จึงเท่ากับเป็น

การควบคุมการให้สินเชื่อมิให้มีการขยายสินเชื่อมากเกินไป หากมีการขยายสินเชื่อเพิ่มขึ้นก็ต้องเพิ่มทุนให้มากขึ้นตามอัตราส่วนอันเป็นการจำกัดขอบเขตการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยและธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์ เพราะเมื่อธนาคารพาณิชย์ใดดำเนินการล้มเหลวหรือขาดทุน เงินกองทุน ซึ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นก็สามารถรับภาระในการสูญเสียหรือผลขาดทุนที่เกิดขึ้นนั้นได้ โดยไม่กระทบกระเทือนผู้ฝากเงินหรือเจ้าหนี้ ถ้าธนาคารพาณิชย์มีเงินกองทุนอย่างเพียงพอและพยายามเสริมสร้างให้เพิ่มขึ้นอยู่เสมอก็จะเป็นการประกันความสามารถของธนาคารพาณิชย์นั้นที่จะสนองความต้องการของลูกค้าในด้านกาให้สินเชื่อทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้เสมอ (วาริ ทะวานนท์ , 2539 : 334)

สำหรับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จัดเป็นธนาคารขนาดใหญ่ที่มีการปรับกลยุทธ์ตลอดมา โดยเฉพาะปัจจุบัน ธนาคารมีการใช้ 8 โปรแกรมยุทธศาสตร์ เป็นกลยุทธ์ในการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ จาก 8 โปรแกรมยุทธศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น ในด้านสินเชื่อธนาคารจึงได้ก่อตั้งศูนย์-ความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท (Corporate Client Relationship Center) ขึ้นเมื่อต้นปี 2543 ด้วยมุ่งหวังที่จะมอบบริการอันเป็นเลิศหรือระดับสากลแก่ธุรกิจที่มีความต้องการบริการทางการเงินที่หลากหลาย โดยทางศูนย์-ความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัท สามารถให้บริการทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้อย่างครบครันในจุดเดียว (Total Solution Package) ทั้งทางด้านสินเชื่อธุรกิจ ด้านธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และบริการจัดการด้านการเงิน โดยมีศูนย์ต่าง ๆ รวม 7 ศูนย์ทั่วประเทศ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้ารายใหญ่ (ยอดรายรับเกิน 100 ล้านบาท/ปี) นอกเหนือจากที่สาขาคอยให้บริการอยู่แล้ว

จากที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับปัจจุบันภาวะการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ค่อนข้างสูง ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ตลอดจนปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคาร ในการให้สินเชื่อธุรกิจ ด้านธุรกิจการค้าระหว่างประเทศและบริการจัดการด้านการเงิน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการเลือกสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ
3. นำข้อมูลที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนด และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มีอยู่ได้สูงสุด และนำเสนอถึงลูกค้าที่คาดหวัง (Prospect) ให้มาใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

## นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่

1. ปัจจัยทางการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ คือ
  - ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีประเภทสินเชื่อที่หลากหลายให้เลือก มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ความหลากหลายของการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้
  - ราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารคิดจากผู้ประกอบการ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย MOR อัตราดอกเบี้ย MLR อัตราดอกเบี้ย MRR ค่าธรรมเนียมในการจัดการให้กู้ ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักทรัพย์ ค่าธรรมเนียมหนังสือค้ำประกัน และค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองเครดิต
  - สถานที่ให้บริการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคาร อยู่ใกล้สะดวกต่อการเดินทาง บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ ความกว้างขวาง สะอาด ความทันสมัยของธนาคาร และเครือข่ายของธนาคาร กว้างขวางทั่วประเทศ

การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ความครบถ้วน ทันสมัย ของข้อมูลสารสนเทศ และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ

บุคลากร ประกอบด้วย พนักงานสาขา และพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ลูกค้าบริษัทในเรื่องดังต่อไปนี้ การเข้าถึงลูกค้า อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ของพนักงานธนาคาร การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และบุคลิก มารยาทที่ดี ความน่าเชื่อถือ การให้บริการที่สม่ำเสมอ และถูกต้อง การตอบสนอง แก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว การเดินทางไปเยี่ยมเยียนดูแล ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สม่ำเสมอ ความสะดวกในการติดต่อ

กระบวนการ ได้แก่ การให้บริการที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การให้บริการที่ไม่ผิดพลาด การพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร ระบบการทำงานได้มาตรฐาน ความเหมาะสมของเอกสารที่ต้องใช้ติดต่อกับธนาคาร ความหลากหลายของการให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และความยืดหยุ่นของการให้บริการ

2. ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร นโยบายของธนาคาร วิสัยทัศน์ของผู้นำ และการเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทย

3. สินเชื่อธุรกิจ ได้แก่ เมิกเกินบัญชี ตัวสัญญาใช้เงิน รับรองตัว ด้านธุรกิจต่างประเทศ เงินกู้ หนังสือค้ำประกัน หนังสือรับรองเครดิต

4. ลูกค้ารายใหญ่ ได้แก่ ผู้ใช้สินเชื่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือ ที่มียอดตั้งแต่ชาย 100 ล้านบาทต่อปี ตามงบการเงินที่นำส่งกรมสรรพากร ปี พ.ศ. 2541