

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ระบบธนาคารพาณิชย์ไทย ณ สิ้นปี 2548 ประกอบด้วย 14 ธนาคาร เปลี่ยนแปลงจาก 12 ธนาคารเมื่อสิ้นปี 2547 เนื่องจากการควบรวมกิจการของธนาคารบางแห่ง และธนาคารพาณิชย์แห่งใหม่ที่เกิดจากบริษัทเงินทุน ผลประกอบการโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ในรอบปี 2548 นับว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งด้านผลกำไรที่เพิ่มขึ้น และธุรกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

เศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจของระบบธนาคารพาณิชย์ขยายตัวเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาจากขนาดของสินทรัพย์ที่มีการขยายตัวสูงขึ้นจาก 6.4 ล้านล้านบาท เมื่อสิ้นปี 2547 เป็น 7.0 ล้านล้านบาท เมื่อสิ้นปี 2548 คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 8.72 ทั้งนี้ เป็นไปตามภาวะการระดมเงินออมในรูปของเงินฝากจากประชาชน ซึ่งขยายตัวร้อยละ 5.40 และการใช้เงินทุนด้านการให้สินเชื่อซึ่งขยายตัวร้อยละ 7.14 เป็นสำคัญ ธุรกิจในส่วน of ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในรอบปี 2548 มีการขยายตัวในระดับที่น่าพอใจ โดยธนาคารสามารถขยายสินทรัพย์รวมในอัตราร้อยละ 11.98 ทั้งนี้ เป็นการขยายตัวทางด้านเงินฝากในอัตราก่อนข้างสูงถึงร้อยละ 12.42 เนื่องจากธนาคารเปิดสาขาใหม่ 53 สาขา ประกอบกับธนาคารสามารถขยายสินเชื่อได้อย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 6.94 พร้อมกับการบริหารจัดการเพื่อให้สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีระดับลดต่ำลง

ผลจากการที่ธุรกิจทั้งด้านสินเชื่อและเงินฝากของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีอัตราการขยายตัวในระดับสูงกว่าระบบธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ในรอบระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ธนาคารจึงสามารถรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในระบบธนาคารพาณิชย์ไทยไว้ได้อย่างน่าพอใจ โดย ณ สิ้นปี 2548 ธนาคารมีส่วนแบ่งตลาดด้านสินทรัพย์เงินฝาก และสินเชื่อ ในอัตราร้อยละ 9.11, 9.91 และ 9.31 ตามลำดับ ทั้งนี้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีสินทรัพย์ และสินเชื่อใหญ่เป็นอันดับ 6 ในระบบธนาคารพาณิชย์ไทย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาทางด้านเงินฝากจากประชาชน ฐานะของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ยังคงจัดอยู่ในอันดับ 5 เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา (2546-2548) พบว่า ลูกค้าสินเชื่อเพื่อการค้าของสาขาในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 ฝ่ายสินเชื่อสาขากลาง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีอัตราการขยายตัวของยอดสินเชื่อสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้นอย่างมากในกลุ่มสินเชื่อ

เพื่อการค้าขนาดเล็ก ในภาคสินค้านครหลวง 4 ประกอบไปด้วยสาขาทั้งหมด 30 สาขา ได้แก่ บางแค, กระทู้มแบน, สามพราน, สะพานพระปิ่นเกล้า, บางบอน, หนองแขม, นครชัยศรี, ย่อยถนนเพชรเกษม 33, ย่อยถนนเพชรเกษม 55, ถนนจอมทอง, ย่อยอ้อมน้อย, ย่อยถนนบางขุนเทียน, ย่อยถนนบรมราชชนนี, ย่อยเดอะมอลล์บางแค, ย่อยเซ็นทรัลปิ่นเกล้า, วงเวียนใหญ่, พระประแดง, ดาวคะนอง, คลองสาน, ท่าดินแดง, ท่าพระ, สะพานพระเจ้าตากสิน, ราษฎร์บูรณะ, บางมด, ถนนราษฎร์บูรณะ (บางปะกอก), ย่อยถนนเจริญนคร ซอย 4, ย่อยถนนประชาอุทิศ, ย่อยถนนพระรามที่ 2 (เคหะฯธนบุรี) ย่อยถนนเจริญนคร ซอย 35, ย่อยถนนสุขสวัสดิ์ ฝ่ายสินค้าเชื่อได้ให้ความสนใจ ลูกค้าสินค้าเชื่อเพื่อการค้าขนาดเล็กที่มีวงเงินไม่เกิน 20.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นเป็นแหล่งรายได้หลักขององค์กร การรักษาลูกค้าสินค้าเชื่อเดิมของธนาคารให้คงอยู่ และการหาลูกค้าสินค้าเชื่อรายใหม่ ๆ เป็นเรื่องที่สำคัญและต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นคุณภาพการให้บริการทางด้านสินค้าเชื่อ จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการทางด้านสินค้าเชื่อของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2488 ในปีนี้ธนาคารครบรอบ 60 ปี ในการดำเนินการด้านธนาคารพาณิชย์ของไทย ณ.สิ้นปี 2548 ธนาคารมีเครือข่ายสำนักงานให้บริการรวมทั้งสิ้น 492 แห่ง ดังนี้

สถานที่ตั้ง	จำนวนสำนักงาน
สำนักงานใหญ่	1
กรุงเทพมหานคร	166
ปริมณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ และสมุทรสาคร)	59
ต่างจังหวัด	263
ต่างประเทศ (สาขาฮ่องกง สาขาเวียงจันทน์ และสาขาหมู่เกาะเคย์แมน)	3
รวมทั้งสิ้น	492

(ที่มา : รายงานประจำปี 2548 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน))

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจจะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้านครหลวง 4 เพื่อสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทางด้านสินค้าเชื่อ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้า ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4
2. สามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทางด้านสินเชื่อ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่มีความสนใจต่อไป

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อการค้า ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

บริการ หมายถึง กิจกรรมการสนองตอบ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารในเรื่องต่าง ๆ เช่น บริการฝาก – ถอนเงิน จากบัญชีเงินฝากประเภทต่าง ๆ บริการด้านสินเชื่อ บริการธุรกิจทั่วไป และบริการธุรกิจส่วนบุคคล เป็นต้น

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อของสาขาในภาคนครหลวง 4 ฝ่ายสินเชื่อสาขากลาง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ที่มีวงเงินสินเชื่อไม่เกิน 20.0 ล้านบาท

สินเชื่อเพื่อการค้า (สินเชื่อธุรกิจ) หมายถึง เบิกเกินบัญชี ตั๋วสัญญาใช้เงิน รับรองตั๋ว เงินกู้ หนังสือค้ำประกัน หนังสือรับรองเครดิต สินเชื่อต่างประเทศ

ภาคสินเชื่อนครหลวง 4 หมายถึง ฝ่ายงานที่รับผิดชอบบริหารงานด้านสินเชื่อสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 จะมีสาขาอยู่ในความรับผิดชอบทั้งหมด 30 สาขา