

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันธุรกิจลีสซิ่ง (ธุรกิจเช่าซื้อ) มีการแข่งขันกันมากโดยที่แนวโน้มการแข่งขันยังคงรุนแรงจากคู่แข่งในตลาดที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลมาจากการเปิดตลาดเสรีของประเทศไทย โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆที่ใช้ในครัวเรือน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ จักรยานยนต์ โทรศัพท์ เครื่องออกกำลังกาย และสินค้าอุปโภคขนาดกลางอื่นๆ มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นในช่วง 2 - 3 ปี ที่ผ่านมา จึงมีกลุ่มการค้าในรูปแบบการให้บริการลีสซิ่งเข้ามาลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการ ลีสซิ่งแต่ละรายต่างพยายามแย่งชิงลูกค้าของผู้บริโภคในประเทศ ด้วยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ที่มีการพัฒนาความแปลกใหม่มากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันมูลค่าตลาดสินค้าอุปโภคบริโภครวมตกประมาณ 40,000 ล้านบาท โดยมีสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (นอนแบงก์) เป็นเจ้าตลาดรายใหญ่ 2 กลุ่ม คือ บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และกลุ่มจีอี แคลปีตอล ซึ่งทั้งสองกลุ่มครองส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ประมาณ 50% ของส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจลีสซิ่ง (กัญญาวัฒน์ จันทรการตานนท์ พา 'เคทีบีลีสซิ่ง' ทำกำไร ต่อจิ๊กซอว์ Convenience Bank, 2550 : ออนไลน์)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จึงได้เล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของลีสซิ่ง โดยได้จัดตั้ง บริษัท เคทีบี ลีสซิ่ง จำกัด (KTB Leasing) อย่างเป็นทางการ ซึ่งเริ่มดำเนินการในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2550 เป็นบริษัทในเครือที่ธนาคารกรุงไทยถือหุ้น 100 % ให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งเงินสดและเงินผ่อน ซึ่งเคทีบี ลีสซิ่ง จะเป็นตัวผลักดันสำคัญที่นำไปสู่เป้าหมายของธนาคารกรุงไทย ในการเป็นธนาคารสะดวกหรือ Convenience Bank มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นพันธกิจของธนาคารและแม้ว่าเคทีบี ลีสซิ่ง จะเปิดตัวท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง แต่ข้อได้เปรียบคือการใช้ฐานลูกค้าของธนาคารกรุงไทย 12 ล้านบัญชี ได้แก่ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่มีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคาร อีกทั้งยังมีเครือข่ายสาขาของธนาคารทั่วประเทศ 700 แห่งในการให้บริการ รูปแบบธุรกิจนั้นจะแตกต่างจาก ลีสซิ่งของธนาคารทั่วไป โดยปี 2550 จะเพิ่มสินค้าอุปโภคบริโภคหรือคอนซูเมอร์โปรดักส์เป็นสำคัญ จากเดิมที่ให้บริการ 3 ผลิตภัณฑ์ คือ เช่าซื้อ รถเช่า และลีสซิ่งเครื่องจักร หรือลิฟท์ แอร์ คอมพิวเตอร์ แต่รูปแบบคอนซูเมอร์โปรดักส์ (Consumer Product) เน้นการทำตลาดระดับล่าง โดยใช้ศักยภาพสาขาของธนาคาร และฐานลูกค้าขยายตลาดทั้งเงินสดและเงินผ่อน ถือเป็นอีกหนึ่ง

ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่จะเลือกใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ในช่วงที่แนวโน้มเศรษฐกิจเข้าสู่ภาวะชะลอตัว (พ่วงกับ เคทีบีลิสซิ่ง ดอกเบี้ยต่ำ 15% ต่อปี, 2550 : ออนไลน์) ลูกค้านี้ต้องการใช้บริการของเคทีบีลิสซิ่ง ต้องมีบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารกรุงไทย สาขาใดสาขาหนึ่งในประเทศ และหากลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมีการใช้ระบบรายได้เงินเดือนผ่านบัญชีออมทรัพย์ส่วนบุคคล จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษในการอนุมัติบริการเคทีบีลิสซิ่ง ซึ่งขั้นตอนการส่งเรื่อง ประเมินผล และอนุมัติจะใช้เวลาภายใน 30 นาที โดยที่ทางสาขาที่รับบริการจากลูกค้าจะมีฝ่ายสินเชื่อเป็นผู้ส่งคำร้องขอของลูกค้าไปยังบริษัทเคทีบีลิสซิ่ง บุคลากรทางบริษัทเคทีบีลิสซิ่งจะเป็นผู้ประเมินและตัดสินใจว่าอนุมัติหรือไม่ และแจ้งผลกลับมายังฝ่ายสินเชื่อของธนาคารที่รับเรื่องการร้องขอของผู้ที่ต้องการใช้บริการ

ในปี 2547 เขตอำเภอไชยปราการ มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 6,248 ครัวเรือน ระบายได้ส่วนใหญ่ของครัวเรือนต่อปีของปี 2547 จะอยู่ที่ประมาณ 20,000 บาท ถึง 50,000 บาท คิดเป็น 57.25% ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด ซึ่งเพิ่มจากปี 2545 ที่รายได้ในช่วงนี้อยู่ที่ 26.58% (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2547 : ออนไลน์) จึงทำให้อำเภอไชยปราการมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ดี ส่งผลให้มีธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องมากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างธุรกิจที่ให้บริการ โดยเขตอำเภอไชยปราการ มีการแข่งขันของธุรกิจลิสซิ่งที่เกี่ยวกับคอนซูเมอร์โปรดักส์ที่สูง ซึ่งเห็นได้จากการมีคู่แข่งในธุรกิจนี้หลายราย ทั้งที่เป็นสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (นอนแบงก์) ได้แก่ กลุ่มจีอี แคมป์พิคคอล ,บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), บริษัท สหพานิช จำกัด, บริษัท โตโยต้าลิสซิ่ง และบริษัท วชิระออดิเซลล์ จำกัด และกลุ่มธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมมากในลำดับแรก คือ ยานพาหนะ โดยเฉพาะรถยนต์ส่วนบุคคล รองลงมาคือรถจักรยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า จากการสัมภาษณ์ คุณ เจริญ บุญมาลัย (2550, สัมภาษณ์) พนักงานฝ่ายขายของ บริษัทวชิระออดิเซลล์ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์และรถบรรทุก ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ในช่วงปี 2548 ถึงสิ้นปี 2549 ยอดการจำหน่ายสินค้าจากธุรกิจลิสซิ่งในพื้นที่โดยส่วนใหญ่เพิ่มสูงขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะยอดจำหน่ายของโตโยต้าลิสซิ่ง เป็นคู่แข่งของบริษัทได้เพิ่มสูงกว่า บริษัท วชิระออดิเซลล์” อีกทั้งการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ของ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ได้ปรับกลยุทธ์การตลาดโดยเน้นกลุ่มลูกค้าใหม่ในต่างจังหวัด เพื่อขยายฐานลูกค้าสินเชื่อเงินผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้าให้มากขึ้น ซึ่งอ้างว่ากำลังซื้อของกลุ่มนี้มากกว่าลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครถึง 2 เท่าตัว และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สินเชื่อเงินผ่อนรถหนัก ตจว+อีออนชี้กำลังซื้อมากกว่าทม.ถึง 2 เท่า/อีชีบายคย NPLs ลดลง 1%, 2550 : ออนไลน์)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในสังกัดฝ่าย
 กิจการสำนักงานเขตเวียงพิงค์ กลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ จากผลการดำเนินงานเกี่ยวกับ โครงการต่างๆ
 ในปี 2549 ธนาคารกรุงไทย สาขาไชยปราการ มีผลการดำเนินงานอยู่ในลำดับต้น ๆ ของภาคเหนือ
 คืออยู่ในกลุ่มเอบวก (A+) จากจำนวนพนักงาน 11 คน (ธนาคารกรุงไทย สาขาไชยปราการ, 2549)
 ซึ่งการที่จะดำเนินการให้บรรลุถึงเป้าหมายของนโยบายในการให้บริการเคทีบี ลีสซิ่ง จำเป็นต้อง
 กำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับภารกิจนโยบายขององค์กร และเพื่อให้บรรลุผลตามที่ได้วางแผนไว้
 จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อขยายฐานลูกค้าในส่วนนี้ให้รวดเร็วและมาก
 ขึ้น และนำมาสู่แผนการปฏิบัติงานที่จะเป็นแนวทางในการขยายพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์รวมถึง
 การให้บริการแก่ลูกค้า การขยายช่องทางทางการตลาด การสร้างแรงจูงใจ การส่งเสริมทางการตลาด
 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การติดตามและประเมินผล

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความต้องการที่จะศึกษา ทักษะคิดของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบี ลีสซิ่ง
 ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสามารถนำข้อมูลจาก
 การศึกษาที่ได้มาเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำเสนอธนาคารในการกำหนดกลยุทธ์ ปรับปรุงพัฒนา
 ผลิตภัณฑ์และการบริการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบี ลีสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด
 (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการเคทีบี ลีสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด
 (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อให้เป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ธนาคารในการวางกลยุทธ์ด้านการให้บริการ เพื่อให้เกิด
 ประโยชน์สูงสุดทั้งการดำเนินงานและในบริการเคทีบี ลีสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด
 (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ในโอกาสต่อไป

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ด้านการใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ธรรมดารายบุคคลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ที่รู้จักบริการเคทีบีลิสซิ่ง ซึ่งอาจจะเคยใช้บริการหรือไม่เคยใช้บริการเคทีบี ลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ธนาคารซึ่งเป็นสาขาหนึ่งของธนาคารกรุงไทย โดยเป็นสถาบันการเงินเอกชนที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการทางการเงินครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่ลูกค้า

บริการเคทีบีลิสซิ่ง (KTB Leasing) หมายถึง บริการด้านธุรกรรมทางการเงินเกี่ยวกับการให้บริการด้านการซื้อสินค้าและการรับชำระค่าสินค้าในรูปแบบการผ่อนชำระค่าสินค้านำรายเดือน โดยผ่านการตัดบัญชีออมทรัพย์ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สินค้าจะเน้นในรูปแบบคอนซูเมอร์โปรดักส์ (Consumer Product) เน้นการทำตลาดระดับล่าง โดยใช้ศักยภาพสาขาของธนาคารและฐานลูกค้าขยายตลาดเงินผ่อน ในเบื้องต้นจะมีสินค้าที่ร่วมกับซัพพลายเออร์ 100 รายการ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ จักรยานยนต์ โทรศัพท์ เครื่องออกกำลังกาย ฯลฯ