

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

การค้าระหว่างประเทศเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและเพิ่มพูนรายได้ของประเทศ ประเทศไทยได้มีการกำหนดนโยบายในการสนับสนุนธุรกิจทางการค้าระหว่างประเทศอย่างเต็มที่และต่อเนื่อง¹ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีข้อได้เปรียบทางด้านค่าแรงงานที่ต่ำ จึงเป็นแรงจูงใจและสร้างความสนใจให้นักลงทุนชาวต่างชาติและบริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิตและสาขาเพื่อทำการผลิตสินค้าในประเทศไทยมากขึ้น จากข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการทำธุรกรรมทางการค้าระหว่างประเทศของนักลงทุนต่างชาติในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น² ดังนั้น บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกจึงจำเป็นต้องมีการจัดหาสถาบันทางการเงินที่เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อใช้ในการดำเนินการเกี่ยวกับการชำระเงินค่าสินค้าระหว่างธุรกิจของตนกับประเทศคู่ค้าในต่างประเทศ ซึ่งธนาคารพาณิชย์จัดเป็นองค์กรที่สำคัญองค์กรหนึ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการด้านการชำระค่าสินค้า การให้สินเชื่อด้านการค้าระหว่างประเทศ และเสนอแนะข้อมูลทางด้านกฎหมาย ข้อบังคับระหว่างประเทศให้แก่บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกได้อย่างถูกต้องและเป็นสากล

นอกจากนี้ ธนาคารพาณิชย์ยังต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับกฎระเบียบประเพณีปฏิบัติทางการค้าระหว่างประเทศ³ ที่ใช้บังคับและตกลงกันระหว่างธนาคารกับบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออก เพื่อลดปัญหาและข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำธุรกรรมทางการชำระเงินระหว่างประเทศร่วมกัน ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งจึงได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศทั้งทางด้านนำเข้า เช่น การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตไปต่างประเทศ ตัวเงินสินค้าเข้าภายใต้แอลซี ตัวเงินเพื่อเรียกเก็บด้านสินค้าเข้า การโอนเงินขาออกไปต่างประเทศ เป็นต้น และทางด้านส่งออก เช่น การรับเลตเตอร์ออฟเครดิตจากต่างประเทศ ตัวเงินสินค้าออกภายใต้แอลซี ตัวเงินเพื่อเรียกเก็บด้านสินค้าออก การรับเงินโอนขาเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจนำเข้าและส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ

¹ ฝ่ายการค้าต่างประเทศ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานราชโยธา, "วิจัยเศรษฐกิจและการเงิน", 1999 : หน้า 26

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 34-35

³ International Chamber of Commerce, "Uniform Customs and Practice for Documentary Credit", 1993 : หน้า 1

ปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งได้แข่งขันกันให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณธุรกิจ และจูงใจให้บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกมาใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธนาคาร ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งจึงได้มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนารูปแบบการให้บริการด้านต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และสร้างผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จะสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด⁴ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกจากธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง พร้อมทั้งศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ดังกล่าว โดยได้นำแนวความคิดเรื่องการตลาดสำหรับธุรกิจบริการตลาดองค์กร และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า มาเป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์แก่ธนาคารในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศให้ตรงตามความต้องการของบริษัทผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ดังกล่าวของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน
2. ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ดังกล่าวของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศแก่บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกที่สนใจทั่วไป

⁴ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่ (สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2539), หน้า 287