

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลกำหนดให้สินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายให้สถาบันการเงินแต่ละแห่งของรัฐบาล ขยายสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้ตามเป้าหมายที่ปรับให้มีระดับสูงจึ้นกว่าที่กำหนดไว้เดิมเป็นจำนวนมาก โดยที่การปล่อยสินเชื่อจะต้องให้ได้อย่างรวดเร็วตามเป้าหมายที่กำหนด และทำให้สำเร็จในระยะเวลาที่รวดเร็ว แต่ขั้นตอนจะต้องมีความรัดกุม อัตราดอกเบี้ยที่สถาบันการเงินคิดจากลูกค้าจะต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่สูงมากจนเป็นภาระเพื่อเป็นการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเงินทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สมาคมตราสารหนี้ไทย, 2550 : ออนไลน์)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยในการให้บริการลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธนาคารได้จัดตั้งหน่วยงานกลุ่มลูกค้าธุรกิจขึ้นเมื่อกลางปี พ.ศ. 2549 เพื่อทำหน้าที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะ เนื่องจากธนาคารตระหนักดีว่าลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และมีความต้องการบริการทางการเงินแตกต่างไปจากธุรกิจขนาดใหญ่ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อและบริการทางการเงินต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ ผ่านผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ ภายใต้เครือข่ายสำนักงานธุรกิจ (Business Relationship Center : BRC) 51 แห่ง และสำนักงานธุรกิจย่อย 36 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของลูกค้ธุรกิจอย่างมีคุณภาพ ในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจอย่างแท้จริง โดยในปี พ.ศ. 2550 กลุ่มลูกค้าธุรกิจสามารถขยายธุรกิจได้ตามเป้าหมาย โดยยอดสินเชื่อ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2550 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 38 จากปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นอัตราการขยายสินเชื่อสูงที่สุดในกลุ่มธนาคารขนาดใหญ่ในประเทศไทยสำหรับตลาดกลุ่มลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) รายงานประจำปี 2550 : 25)

สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่) ได้ถูกจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และแม่ฮ่องสอน นับตั้งแต่จัดตั้งจนถึงปัจจุบันมีวงเงินสินเชื่อที่ปล่อยไปแล้วทั้งสิ้น 4,167 ล้านบาท (ข้อมูล ณ 31 มีนาคม 2552) หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 โดยแนวโน้มใน

การปล่อยสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับปี พ.ศ. 2552 คาดว่าภาพรวมแนวโน้มความต้องการสินเชื่อของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะชะลอตัวลง เนื่องจากผู้ประกอบการชะลอการลงทุนตามภาวะเศรษฐกิจ และธนาคารพาณิชย์ต่างให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดส่วนธนาคารไทยพาณิชย์ยังคงให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามปกติ โดยในปี พ.ศ. 2552 ตั้งเป้าการเติบโตสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ที่ร้อยละ 5 (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ (เชียงใหม่), 2552)

แม้ว่ายอดสินเชื่อจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่หากพิจารณาถึงส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อพบว่า ณ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) มีส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อรวมเป็นอันดับที่ 4 ของธนาคารพาณิชย์ไทย คิดเป็นร้อยละ 14.09 (การเงินธนาคาร, 2552 : 203) และเมื่อพิจารณาต่อไปถึงส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าในปี พ.ศ. 2550 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) กลับมีส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอันดับ 5 ของธนาคารพาณิชย์ไทย คิดเป็นร้อยละ 15 (Bangkokbiznews, 2007 : Online) และต่อมาในปี พ.ศ.2551 ได้ขยับขึ้นมาเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 17 รองจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) และธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยธนาคารมีเป้าหมายที่จะขยับขึ้นไปอยู่อันดับ 2 ของระบบภายในระยะเวลา 2-3 ปี ทั้งจากการรักษาลูกค้าเดิม และการขยายสินเชื่อไปยังลูกค้ารายใหม่ (ผู้จัดการออนไลน์, 2551 : ออนไลน์)

ดังนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่) ซึ่งคาดว่าจะเป็นประโยชน์ในการวางแผน และพัฒนาการให้บริการด้านสินเชื่อแก่ลูกค้าภายใต้ภาวะการแข่งขันของการให้บริการสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธนาคารพาณิชย์ที่มีความรุนแรงมากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ และตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคาร ส่งผลให้ธนาคารบรรลุเป้าหมายในการขยายส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่)

### 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่)

2. สามารถนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการวางแผนงาน และพัฒนาการให้บริการด้านสินเชื่อ เพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมสนับสนุนสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ (เชียงใหม่)

### 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการเลือกใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ประเภทของสินเชื่อ) ด้านราคา(อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และค่าบริการ) ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการของการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ

**ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีรายได้ของกิจการเฉลี่ยต่อปีไม่เกิน 1,000 ล้านบาท ที่ใช้บริการสินเชื่อ และบริการทางการเงินต่างๆ กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่) (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่), 2552)

**สินเชื่อ** หมายถึง เงินให้สินเชื่อและภาระผูกพันที่ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้า ได้แก่ เงินกู้เบิกเกินบัญชี (Over Draft) เงินกู้ระยะสั้น (Short Term Loan) เงินกู้ระยะยาว (Long Term Loan) การรับซื้อลดตั๋วเงินภายในประเทศ (Clean Bill Discount) การรับซื้อลดใบส่งสินค้า (Invoice : Factoring) หนังสือค้ำประกัน (Letter of Guarantee) การรับรองและอาวัลตั๋วเงิน (Avalled / Accept Bills) หนังสือรับรองเครดิต Standby Letter of Credit, Counter Guarantee, Domestic Letter of Credit (D L/C), Domestic Packing Credit (D P/C) , Letter of Credit (L/C), Trust Receipt (T/R), Packing Credit (P/C), Export Bill Under L/C, สัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Exchange Bought and Sold)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจท่าแพ(เชียงใหม่) หมายถึง  
หน่วยงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการด้านสินเชื่อ และบริการทางการเงิน  
ต่างๆ แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุมจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และ  
แม่ฮ่องสอน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved