

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พื้นฐานของสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันส่วนใหญ่เริ่มมาจากภาคการเกษตร ซึ่งส่งผลให้ภาคการเกษตรเป็นภาคธุรกิจหลักในระบบเศรษฐกิจของไทย โดยจะมีทั้งผลิตผลทางการเกษตรทางตรงและสินค้าเกษตรแปรรูปซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก และนั่นเองจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเหล่านั้นเพื่อไปหล่อเลี้ยงระบบเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยจังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกจำนวนมาก อีกทั้งยังมีสิ่งเอื้ออำนวยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบชลประทาน ราชอาณาจักรในดินที่อุดมสมบูรณ์ และสภาพอากาศ ทำให้มีธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นจำนวนมาก

ในการประกอบธุรกิจดังกล่าวสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งก็คือ เงินทุน และเงินที่นำมาหมุนเวียนในธุรกิจ ซึ่งแหล่งเงินทุนนั้นก็สามารถหาได้จากหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น จากบริษัทเงินทุน, ธุรกิจ non bank, ตลาดทุน, เงินกู้ธนาคาร และอื่นๆ หนึ่งในทางเลือกเหล่านั้นทางเลือกหนึ่งที่นิยมใช้กันมากก็คือจากสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ ซึ่งธนาคารกรุงไทยก็เป็นธนาคารพาณิชย์หนึ่งซึ่งมีบริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจแก่ธุรกิจต่างๆ เช่นกัน

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันทางการเงินของไทยแห่งหนึ่งที่มีรัฐบาลโดยกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ปัจจุบันมีการแข่งขันในธุรกิจธนาคารมากยิ่งขึ้น ธนาคารได้พัฒนาคิดค้นกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการนำกลยุทธ์ธนาคารสะดวก หรือ “The Convenience Bank” เข้ามาใช้ โดยเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงไทยในยุคใหม่มุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทันสมัย มีผลิตภัณฑ์ครบวงจรตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้า และสามารถเข้ามาใช้บริการได้เสร็จสิ้น ณ จุดเดียว ง่าย รวดเร็ว ใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ธนาคารได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากที่ผ่านมา เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีจำนวนสาขาซึ่งให้บริการกับลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 28 สาขา แบ่งออกเป็นสาขาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 20 สาขา เป็นลักษณะสาขาให้บริการเต็มรูปแบบ 12 สาขา และสาขาย่อยซึ่งกระจายตัวอยู่ในสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งชุมนุม หรือที่สัญจรผ่านไป-มาของผู้บริโภคอีกจำนวน 8 สาขา (บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2552 : ระบบออนไลน์) ซึ่งสาขาที่ให้บริการเต็มรูปแบบของธนาคารสามารถกระจายการให้บริการด้านสินเชื่อ แก่ลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่อย่างทั่วถึงและครบถ้วน

ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อ ธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความน่าสนใจยิ่งนัก โดยสามารถนำผลของการศึกษาที่ได้รับไปประกอบใช้เป็นแนวทางในการวาง กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพในการบริการ การแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่น และเพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆ ที่มี ประโยชน์ต่อการตัดสินใจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจอุตสาหกรรม เกษตรของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้อง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าธนาคารต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจ หมายถึง การให้บริการสนับสนุนทางการเงินเพื่อเพิ่มสภาพ คล่องให้กับธุรกิจต่าง หรือให้คำแนะนำเพื่อแก้ปัญหาทางการเงิน ปัญหาที่มีความสำคัญที่อาจ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบธุรกิจตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิเช่น เงินกู้ เงินกู้เบิกเกินบัญชี ตัวสัญญา ใช้เงิน หนังสือค้ำประกัน เป็นต้น

ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) หมายถึง ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาที่ ให้บริการเต็มรูปแบบในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 12 สาขา ได้แก่สาขาช่วงสิงห์ สาขาเชียงใหม่ สาขานนช้างคลาน สาขานนสุเทพ สาขานนห้วยแก้ว สาขาท่าแพ

สาขาพระสิงห์ สาขาศรีนครพิงค์ สาขาศูนย์ราชการ สาขาสันป่าข่อย สาขาสี่แยกสนามบิน สาขาสี่แยกหนองหอย

ธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร (Agro-industry Business) หมายถึง การประกอบกิจการที่เปลี่ยนสภาพหรือผ่านกระบวนการแปรรูป วัตถุดิบทางการเกษตร ให้เป็นผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประกอบชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ผลิตขึ้น เพื่อจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านต่างๆ 7 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ประกอบไปด้วย ปัจจัยสิ่งแวดล้อม, ปัจจัยภายในองค์กร, ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล