

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

การค้าระหว่างประเทศนับว่ามีบทบาทในระบบเศรษฐกิจไทยมากขึ้น โดยมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ (นำเข้าและส่งออก) เป็นดุลการค้าสร้างรายได้ให้แก่ประเทศกว่า 18,706.4 ล้านบาท ในปี 2552 (กระทรวงพาณิชย์, 2553) ซึ่งเห็นได้ว่าผู้ประกอบการค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น กอปรกับปัจจุบันเป็นยุคเศรษฐกิจการเงินไร้พรมแดน สถาบันการเงินต่างๆมีการปรับตัวตลอดเวลา โดยนำกลยุทธ์ด้านการตลาด การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน รวมทั้งวิธีการให้บริการและการผูกมัดใจลูกค้าที่แตกต่างสร้างสรรค์มาตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตรของสภาพแวดล้อม

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของคนไทย เริ่มต้นดำเนินกิจการเมื่อปี พ.ศ.2447 ตลอดระยะเวลา 107 ปีที่ผ่านมาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาเครือข่ายในการให้บริการ การพัฒนาบริการใหม่ๆ การพัฒนาบุคลากร และการดำเนินกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่การเป็นธนาคารครบวงจรชั้นนำของประเทศ (The Premier Universal Bank) กระทั่งปัจจุบัน ธนาคารไทยพาณิชย์มีความแข็งแกร่งทางการเงิน มีคุณภาพระดับสากลในการให้บริการลูกค้าทุกกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สำคัญครบถ้วนด้วยการทำงานเป็นทีมเดียวกันของกลุ่มการเงินไทยพาณิชย์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าทั้งลูกค้ารายย่อยและลูกค้าธุรกิจในการดำเนินธุรกิจที่ซับซ้อนและเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจโลก ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จัดอยู่ในกลุ่มธนาคารขนาดใหญ่ ที่มีสาขาการให้บริการปริมาณมาก ธนาคารได้พยายามศึกษาปัจจัยต่างๆ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดได้โดยเฉพาะตลาดในภาคเหนือ (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2553)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความเจริญก้าวหน้าในด้านศูนย์กลางการค้าการลงทุนระหว่างประเทศของภาคเหนือที่มีศักยภาพความพร้อมต่างๆ ทั้งการขนส่ง การผลิต และธุรกรรมทางการเงิน โดยในส่วนของธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศเริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จึงมีการพัฒนาและนำเสนอรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินด้านการค้าต่างประเทศดังกล่าวให้ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสาขาแรกของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่เปิดบริการในจังหวัดเชียงใหม่ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2470 ตลอดระยะเวลาที่เปิดให้บริการจนถึงปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นสถาบันการเงินหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนจากผู้ประกอบการค้าการลงทุนระหว่างประเทศในภาคเหนือ คิดเป็นอัตราเฉลี่ยวันละ 50 ราย มีจำนวนรายการเฉลี่ย 75 รายการต่อวัน ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา ธุรกิจนำเข้าและส่งออก ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี และธุรกิจผ้าไหม ซึ่งทำให้มีหมุนเวียนในงานบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่มูลค่าเฉลี่ย 20 ล้านบาทต่อวัน (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่, 2553) ส่วนของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินด้านการค้าต่างประเทศ (Credit and trade products) ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีหลากหลายและได้คุณภาพมาตรฐานระดับสากล ผลประกอบการด้านธุรกิจแลกเปลี่ยนและเงิน โอนต่างประเทศ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ ที่มีแนวโน้มดีขึ้น สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจโลกที่กำลังฟื้นตัว ดังจะเห็นได้จากอัตราการเติบโตของมูลค่าเฉลี่ยของปี 2552 เทียบกับปี 2551 โดยมูลค่าเฉลี่ยการรับซื้อธนบัตรต่างประเทศ การขายธนบัตรต่างประเทศ การรับซื้อตั๋วเงิน บัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ การขายเช็คเดินทางต่างประเทศ การโอนเงินทางดราฟต์ และการโอนเงินไปต่างประเทศ นั้น มีอัตราการเติบโตเท่ากับร้อยละ 32.91, 65.39, 30.08, 39.42, 45.26, 28.71 และ 33.27 ตามลำดับ ในปี 2550 มีรายการธุรกรรมต่างประเทศ 13,572 รายการ ปี 2551 มีรายการธุรกรรมต่างประเทศ 15,730 รายการ และปี 2552 มีรายการธุรกรรมต่างประเทศ 19,884 รายการ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มลูกค้าที่จะทำการศึกษานั้นเป็นกลุ่มลูกค้าชาวไทย เนื่องจากลูกค้าชาวไทยมีจำนวนมากกว่าลูกค้าชาวต่างชาติ โดยลูกค้าชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 75 ของลูกค้าทั้งหมด เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการธุรกรรมต่างประเทศที่นับวันจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสร้างฐานลูกค้าที่มีความภักดีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการธุรกรรมต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสร้างฐานลูกค้าที่มีความภักดีกับธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) อย่างยั่งยืนในสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการธุรกรรมต่างประเทศของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ เชียงใหม่ พิจารณาจากส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าชาวไทยที่เคยใช้บริการธุรกรรมต่างประเทศของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

การบริการธุรกรรมต่างประเทศ หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการที่อยู่ในความรับผิดชอบของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ เชียงใหม่ ทั้งสิ้น 6 รายการ ได้แก่ 1) การบริการบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศประเภทต่างๆ ได้แก่ กระแสรายวัน ออมทรัพย์ ประจำ 2) การโอนเงินเข้า/ออก ประเภทรีไฟท์สกุลเงินตราต่างประเทศที่สั่งจ่ายจากธนาคารในประเทศไทย 3) การโอนเงินต่างประเทศผ่าน Internet Banking 4) การขายเช็คเดินทางต่างประเทศ 5) การรับซื้อ/ขายธนบัตรต่างประเทศ และ 6) การรับซื้อตั๋วเงินเปล่า (Clean Bills Bought)