



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มาใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี เนื้อหาที่จำเป็นต่อการวิจัย และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางเพื่อการศึกษา ซึ่งนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
  - 1.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน)
  - 1.2 ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์
  - 1.3 แนวโน้มการให้บริการธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของสถาบันการเงินต่างๆ
- 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
  - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
  - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
  - 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 3.1 งานวิจัยในประเทศ
  - 3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

### 1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

#### 1.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน)

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เดิมเป็นสถาบันการเงินที่ประกอบธุรกิจในชื่อบริษัทเงินทุน เอกชาติ จำกัด (มหาชน) โดยกระทรวงการคลังได้ประกาศนโยบายในการสนับสนุนการรวมกิจการระหว่างสถาบันการเงินต่างๆ เมื่อเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2541 โดยการออกใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์แบบจำกัดขอบเขตธุรกิจให้แทนใบอนุญาตประกอบการระบบการคลัง ที่ประกาศใช้ก่อนหน้านี้ และหนึ่งในคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ยื่นขอรับใบอนุญาต จะต้องเป็นสถาบันการเงินที่เกิดจากการควบรวมกันอย่างน้อย 5 แห่ง และมีเงินกองทุนหลังจาก หักสำรองค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้วไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท จากนั้นในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542 ได้ยื่นขออนุมัติใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์แบบจำกัดขอบเขตธุรกิจจากธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีบริษัทเงินทุน เอกชาติจำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทแกนในการจัดตั้งธนาคารใหม่ร่วมกับสถาบัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

10

การเงินอีก 4 แห่ง ประกอบด้วยบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เอชเอสบีซี จำกัด บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ กรุงเทพเคหะ จำกัด บริษัทเครดิตฟองซิเอร์สินเคหะการทจำกัด และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์วานิช จำกัด จากนั้นในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2544 ธนาคารแห่งประเทศไทย อนุมัติในหลักการการจัดตั้งธนาคารที่จำกัด ขอบเขตธุรกิจตามแผนงานที่บริษัททุนธนชาติจำกัด(มหาชน) เสนอและเพื่อให้เป็นไปตามแผนงานดังกล่าว บริษัททุนธนชาติ จำกัด (มหาชน) และสถาบันการเงินอีก 4 แห่ง ที่กล่าวข้างต้น ได้ทำการโอนลูกหนี้ปกติทั้งหมด จำนวน 16.857 ล้านบาท ไปยังบริษัทเงินทุน เอกชาติ จำกัด (มหาชน) และในขณะเดียวกัน สินทรัพย์ด้อยคุณภาพ จำนวน 4.464 ล้านบาท ของบริษัทเงินทุน เอกชาติ จำกัด (มหาชน) ก็ได้ถูกโอนไปอยู่ภายใต้การบริหารของบริษัทบริหารสินทรัพย์เอ็น เอฟ เอส จำกัด จากนั้นกระทรวงการคลัง ได้อนุมัติใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์แบบจำกัดขอบเขตธุรกิจแก่บริษัทเงินทุน เอกชาติ จำกัด(มหาชน)เมื่อวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2545 โดยทั้งนี้ บริษัทเงินทุน เอกชาติ ได้ทำการคืนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเงินทุนให้แก่ทางการ แต่ยังคงสถานะเป็นบริษัทมหาชน

บริษัททุนธนชาติ เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธนชาติ จึงได้จัดตั้งและดำเนินการยื่นคำขออนุญาตจัดตั้งกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม ซึ่งได้รับอนุญาตแล้วเมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมาโดย ธปท. ให้บริษัททุนธนชาติ ซื้อหรือมีหุ้นในบริษัทจำกัดที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน จำนวน 13 บริษัท (ไม่รวมบริษัททุนธนชาติ) และบริษัทนอกกลุ่มธุรกิจทางการเงินอนุญาตให้บริษัททุนธนชาติ ถือต่ออีก 1 บริษัท จากนั้นในปี พ.ศ. 2550 ธนาคารได้เข้าซื้อหุ้นบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินธนชาติรวมทั้งมีการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับธนาคารแห่งโนวาสโกเชีย (The Bank of Nova Scotia “BNS”) เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2550 โดยที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของธนาคาร มีมติอนุมัติให้ธนาคารซื้อหุ้นในบริษัทย่อยจากบริษัททุนธนชาติ จำกัด (มหาชน) รวม 8 บริษัทในจำนวนที่บริษัททุนธนชาติ จำกัด (มหาชน) ถืออยู่ทั้งหมดโดยธนาคารได้รับอนุญาตจาก ธปท. เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2550 และธนาคารเข้าซื้อหุ้นบริษัทดังกล่าว เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2550 มูลค่ารวม 4.158.24 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัทหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 100.00
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธนชาติ ถือหุ้นร้อยละ 75.00
3. บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100.00
4. บริษัท ธนชาติประกันภัย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 88.00
5. บริษัทธนชาตกรุ๊ปลิสซิ่ง จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100.00
6. บริษัท ธนชาตแมนเนจเม้นท์ จำกัด เซอร์วิส จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 100.00
7. บริษัท ธนชาตกฎหมายและประเมินราคา ถือหุ้นร้อยละ 100.00
8. บริษัท ธนชาตโบรกเกอร์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 99.99



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

11

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2545 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 900 อาคารต้นสนทาวเวอร์ ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2547 ได้รับใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ และในปีเดียวกันนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย พร้อมกับกระทรวงการคลังได้ประกาศแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินเพื่อเสริมสร้างควมมีประสิทธิภาพในระบบสถาบันการเงิน โดยการปรับโครงสร้างและบทบาทของสถาบันการเงิน ซึ่งบริษัททุนธนชาติ จำกัด (มหาชน) และธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ได้ปฏิบัติตามแผนการปรับโครงสร้างตามแนวนโยบายสถาบันการเงิน 1 รูปแบบ ซึ่งกระทรวงการคลังได้ให้ความเห็นชอบแผนการปรับโครงสร้างการประกอบธุรกิจสถาบันการเงินของกลุ่มธนชาติ ให้เป็นสถาบันการเงินรูปแบบเมื่อวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2548 ตามแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน โดยได้เริ่มดำเนินธุรกรรมเข้าชื่อแทนที่บริษัททุนธนชาติจำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2548

## พันธกิจของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน)

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มีวิสัยทัศน์ในการทำงาน คือการเป็นกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการทางการเงินครบวงจร มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ความเป็นเลิศให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการจากความร่วมมือของทุกบริษัทภายในกลุ่ม และสามารถตอบสนองทุกความต้องการทางการเงินสำหรับพันธกิจของธนาคารได้แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ได้แก่

พันธกิจต่อลูกค้า คือ มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของแต่ละธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการเงินทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผนวกรวมบริการทางการเงินของต่างธุรกิจในกลุ่มเข้าด้วยกัน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดทั้งด้านคุณภาพและจรรยาบรรณ

พันธกิจต่อคู่แข่ง คือ เคารพในการแข่งขันอย่างใสสะอาด โปร่งใส และจะไม่ทำการแข่งขันโดยการใส่ร้ายคู่แข่ง ไม่ว่าจะด้วยประการใดๆ รวมทั้งจะทำการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์และไม่ทำการสร้างศัตรูในทางธุรกิจกับคู่แข่ง

พันธกิจต่อคู่ค้า คือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ผสมผสานประโยชน์ และดำเนินธุรกิจต่างตอบแทนอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติต่อกันอย่างให้เกิดริ และไม่อารัดเอาเปรียบ เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมั่นที่จะร่วมมือกัน และเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว

พันธกิจต่อพนักงาน คือ มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ทุกบริษัทในกลุ่มให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการของ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

12

แต่ละธุรกิจ อีกทั้งจะดูแลให้พนักงานหลีกเลี่ยงการทำรายการใดๆที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ใดๆที่อาจเกิดขึ้นกับทั้งลูกค้า และบริษัท อีกทั้งจะดูแลและรักษาพนักงานที่ดีมีคุณภาพไว้กับองค์กรในระยะยาว

พันธกิจต่อผู้ถือหุ้น คือ ให้ความสำคัญในเรื่องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ทั้งในด้านผลประกอบการและการบริหารความเสี่ยงใดๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และจะให้ความสำคัญในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง

พันธกิจต่อสังคม คือ ยึดมั่นในความเป็นองค์กรที่ดีในสังคม เคารพในกฎระเบียบของทางการ และกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการให้ความร่วมมือกับทางการเพื่อสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคม

ลักษณะการประกอบธุรกิจของธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งออกได้เป็นด้านต่างๆดังนี้

1. ด้านการตลาดและการขาย (Marketing and sales) โดยธนาคารธนชาต จะให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้าและค่าสาธารณูปโภค ประเภทอื่นๆ เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ทุกประการโดยการชำระค่าบริการต่างๆ ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็ม ของธนาคารธนชาตทุกสาขาเอทีเอ็ม (ATM) ธนาคารไหนๆ ก็สามารถโอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม ธนาคารชาติได้ด้วยระบบสัมผัส ทั้งชื่อและนามสกุลของผู้รับโอนสามารถยืนยันได้อย่างถูกต้อง สำหรับลูกค้าของธนาคารธนชาต และลูกค้าต่างธนาคาร สามารถโอนเงินระหว่างธนาคารได้ถึง 14 ธนาคาร ผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ทั่วประเทศซึ่งมีธนาคารที่ให้บริการ ดังนี้ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารเอเชีย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน ธนาคารยูโอบีรีตันสิน และธนาคารธนชาต สำหรับการให้บริการแก่ลูกค้าสามารถแบ่งกลุ่มของการให้บริการได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์เงินฝาก แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มลูกค้าบุคคล ได้แก่ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ บัญชีเงินฝากประจำรายเดือน 24 เดือนและบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน กลุ่มลูกค้าธุรกิจ ได้แก่ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำและบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน

กลุ่มผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ประกอบด้วย สินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อซื้อบ้านใหม่ สินเชื่อที่อยู่เพื่อ Refinance สินเชื่ออเนกประสงค์ สินเชื่อเพื่อธุรกิจ และสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

13

กลุ่มผลิตภัณฑ์บัตร ประกอบด้วยบัตรเอทีเอ็ม และบริการโอนเงินผ่านเครื่อง เอทีเอ็ม

กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ธนชาติ เอทีเอ็ม ธนชาติ สมาร์ทโฟน และธนชาติ สมาร์ทเว็บ

กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ประกอบด้วย บริการให้เช่าตู้നിรัถย บริการเช็คธนาคาร บริการเช็คของขวัญ บริการ โอนเงินรายใหญ่ระหว่างธนาคาร บริการ โอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร และบริการรับชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ (Bill Payment)

2. ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (Hire-Purchase) ธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการประกอบธุรกิจด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งได้มุ่งเน้นด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มาเป็นลำดับขั้นๆของการประกอบกิจการของธนาคาร จนกระทั่งเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ได้ นอกจากทางธนาคาร จะดำเนินกิจการภายในสาขาในกรุงเทพฯ แล้ว ธนาคารยังได้มุ่งขยายธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ไปยังภูมิภาคจังหวัดที่มีศักยภาพทางธุรกิจ โดยเปิดสำนักอำนวยการสินเชื่อตามจังหวัดต่างๆเพื่อรองรับธุรกิจด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อให้ครบบริการทางด้านการเงินแบบครบวงจร

## 1.2 ความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

การวิเคราะห์การให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) ลักษณะสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) มีดังนี้

1. สินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์เป็นสินเชื่อเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล และเป็นส่วนหนึ่งของสินเชื่อเพื่อการลงทุนด้วย ในกรณีที่ผู้กู้ หรือผู้เช่าซื้อนำรถยนต์ที่เช่าซื้อไปเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบอาชีพ เช่น อาชีพค้าขายเร่ ซึ่งต้องใช้รถยนต์เป็นเครื่องมือหลัก

2. สินเชื่อระยะสั้น ซึ่งมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้ตั้งแต่ 12 งวดถึงสูงสุด 72 งวด ในปัจจุบัน โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือ ใช้อัตราดอกเบี้ยที่โดยคำนวณล่วงหน้าหรือ Flat Rate และมีผ่อนชำระหนี้คือเป็นงวด งวดละเท่าๆ กันทุกเดือน โดยมีหลักประกันคือ กรรมสิทธิ์รถยนต์ที่เช่าซื้อ เมื่อผ่อนชำระหนี้หมดสิ้นแล้ว ทรัพย์สินที่เช่าซื้อ คือ รถยนต์ จะถูกโอนกรรมสิทธิ์เป็นของผู้เช่าซื้อหรือผู้กู้

เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อค่อนข้างสูง ทำให้หลักในการพิจารณาเครดิตผู้เช่าซื้อ ต้องมีความยืดหยุ่นและรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงในการพิจารณาตั้งใจจริงในการชำระหนี้

1. คุณสมบัติของผู้เช่าซื้อและผู้ค้ำประกัน เป็นการพิจารณาอาชีพ ความมั่นคงของอาชีพ ตลอดจนอุปนิสัยว่ามีความซื่อสัตย์ ชอบเล่นการพนันหรือไม่ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถและตั้งใจจริงในการชำระหนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

14

2. วัตถุประสงค์การเช่าซื้อ เป็นการพิจารณาถึงความจำเป็นในการเช่าซื้อ ซึ่งแสดงถึงความตั้งใจในการผ่อนชำระด้วย เช่น ชื่อรถยนต์ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพจะมีความตั้งใจในการผ่อนชำระมากกว่าซื้อเพื่อใช้ส่วนบุคคล หรือเป็นแพชั่น นอกจากนี้ประเภทของรถยนต์(รถเก๋ง. รถกระบะ) ก็จะเป็นตัวชี้วัดถึงคุณภาพสินเชื่อบริการหนึ่ง

3. เงื่อนไขในการเช่าซื้อ แยกการพิจารณาออกได้เป็น

3.1 เงินดาวน์ หรือเงินชำระครั้งแรกในการซื้อรถยนต์ ซึ่งหากจำนวนเงินดาวน์สูงจะทำให้ความเสี่ยงของสินเชื่อนั้นๆ ลดลง และมีแนวโน้มการผ่อนชำระดี

3.2 อัตราดอกเบี้ย หรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการปล่อยสินเชื่อ หากความเสี่ยงสูงผลตอบแทนก็ควรสูงตามไปด้วย

3.3 ระยะเวลาผ่อนชำระหาระยะเวลาผ่อนชำระยาวนาน ความเสี่ยงของสินเชื่อจะสูง

4. ขั้นตอนการดำเนินการสินเชื่อเช่าซื้อ โดยทั่วไปมีดังนี้

4.1 ผู้เช่าซื้อติดต่อขอเช่าซื้อรถยนต์เป็นเงินผ่อน โดยวางเงินดาวน์จำนวนหนึ่งกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

4.2 ผู้เช่าซื้อ ทำสัญญาเช่าซื้อกับเจ้าหน้าที่การตลาดของสถาบันการเงิน เพื่อพิจารณาสินเชื่อ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเครดิตตามเกณฑ์ที่สถาบันการเงินแต่ละแห่งกำหนด

4.3 เจ้าหน้าที่การตลาด ส่งเอกสารให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเครดิตตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร และคุณสมบัติผู้เช่าซื้อ

4.4 เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเครดิต ส่งเรื่องให้ผู้มีอำนาจอนุมัติ เพื่อขออนุมัติ

4.5 เมื่อมีการอนุมัติ เจ้าหน้าที่การตลาดจะแจ้งให้ตัวแทนจำหน่ายทราบและแจ้งประกันภัยประเภท 1 เพื่อป้องกันความเสี่ยงหากเกิดอุบัติเหตุหรือรถยนต์หายก่อนปล่อยรถ

4.6 จากนั้นสถาบันการเงิน จะชำระค่ารถยนต์ส่วนที่เหลือจากเงินดาวน์ (ราคา รถยนต์-เงินดาวน์) ให้กับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

4.7 ผู้เช่าซื้อเมื่อได้รับการอนุมัติสินเชื่อแล้ว จะต้องชำระค่างวดแก่สถาบันการเงินเป็นงวดๆ ละเท่าๆ กัน ครั้งละ 1 งวด จนครบตามสัญญา สถาบันการเงินเมื่อได้รับการชำระหนี้ครบถ้วนก็จะโอนกรรมสิทธิ์ และรถยนต์คันดังกล่าวให้แก่ผู้เช่าซื้อ

4.8 ในกรณีมีการผิดนัดชำระหนี้ หรือปฏิบัติผิดเงื่อนไขแห่งสัญญาเช่าซื้อสถาบันการเงินหรือในฐานะผู้ให้เช่าซื้อ จะยึดรถยนต์ที่ใช้เช่าซื้อ เพื่อดำเนินการขายทอดตลาดนำเงินมาชำระหนี้ ซึ่งหากจำนวนเงินขายไม่เพียงพอชำระหนี้ก็จะฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายส่วนที่เหลือและหากขายรถยนต์ได้ราคามากกว่ายอดหนี้คงค้างแล้ว ส่วนต่างดังกล่าวจะคืนให้กับผู้เช่าซื้อต่อไป



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

15

ระยะเวลาในการดำเนินการเข้าซื้อรถยนต์ โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็นส่วนต่างๆ ได้แก่ การทำสัญญาเช่าซื้อ การตรวจสอบเครดิต (Black list) การตรวจสอบข้อมูลของผู้ใช้บริการ การอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 1-3 วัน แล้วแต่กรณี) การจดทะเบียนรถยนต์ (ประมาณ 45 วัน) และการออกกรมธรรม์ประกันภัย (ประมาณ 45 วัน) โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบเครดิตของลูกค้าที่ขอสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ เริ่มจากเมื่อลูกค้าติดต่อขอสินเชื่อแล้ว เจ้าหน้าที่สินเชื่อการตลาดจะให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มหนังสือให้ความยินยอมพร้อมแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือสำเนาทะเบียนบ้าน ในกรณีใช้บัตรประจำตัวข้าราชการ จากนั้นเจ้าหน้าที่จะป้อนข้อมูลเข้าระบบงานเครดิตเซ็นเตอร์ (Credit Center) พร้อมแฟกซ์แบบฟอร์มหนังสือยินยอมไปด้วย เมื่อเจ้าหน้าที่เครดิตเซ็นเตอร์ ได้รับข้อมูลและเอกสารแล้วเจ้าหน้าที่ เครดิตเซ็นเตอร์ จะทำการค้นหาข้อมูลจากสำนักงานบูโร (Credit Bureau) แล้วทำการส่งข้อมูลให้ผู้จัดการ หรือผู้มีอำนาจในการเปิดดูรายละเอียดข้อมูลลูกค้า (ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). 2551 : เว็บไซต์)

## หลักการวิเคราะห์เครดิต 5 P (5 P's Policy)

หลักการวิเคราะห์เครดิต P (ชนินทร์ พิทยาวิวิธ. 2534 : 49) เป็นแนวทางการวิเคราะห์เครดิตที่นิยมใช้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเครดิตที่ไม่ใช่งบการเงิน โดยหลัก 5 P ประกอบด้วย

1. จุดประสงค์ (Purpose) จุดประสงค์ในการกู้ยืมพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการขอกู้เพื่อให้ลูกหนี้ย่นำเงินกู้ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้เงินลูกหนี้ย่นไปใช้ผิดวัตถุประสงค์อาจเกิดปัญหากับสถาบันการเงินได้ในภายหลัง วัตถุประสงค์ของการขอสินเชื่อ ได้แก่ เพื่อนำไปใช้เป็นทุนหมุนเวียน เพื่อนำไปใช้ลงทุนในการตั้งกิจการใหม่ เพื่อนำไปจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายอย่างอื่น โดยไม่ใช่เงินรายได้ปกติ เพื่อนำไปใช้ชำระหนี้เจ้าหนี้เดิม เพื่อการเก็งกำไร เพื่อนำไปใช้ในกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ เช่น สร้างสถานบันเทิง ไนท์คลับ บ่อนกาสิโน และเพื่อนำไปบริโภคส่วนบุคคล ซื้อรถยนต์ ซื้อบ้านอยู่อาศัย

2. ผู้ใช้บริการ (People) ปัจจัยด้านตัวบุคคล แยกออกเป็นหลัก ๆ ได้ 2 ประการ คือ

2.1 พิจารณาว่าบุคคลที่มาขอกู้นั้นมีความรับผิดชอบในธุรกิจที่ทำอยู่ โดยพิจารณาจากแนวโน้มของการประกอบการ การลงทุน ผลกำไร เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

2.2 ความสามารถ และความตั้งใจในการชำระหนี้ของผู้ขอกู้

3. การชำระหนี้ (Payment) คือ มีความสำคัญมากเนื่องจากการให้สินเชื่อตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่า ผู้ขอกู้จะต้องชำระเงินกู้ตรงตามที่ได้กำหนดตกลงกันไว้ สถาบันการเงินจะไม่ให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ย่นคนใดก็ตามที่ไม่สามารถบอกแหล่งที่มา และวิธีการชำระหนี้คืนได้ ซึ่งจะพิจารณาจากความสามารถในการดำเนินงานของลูกหนี้ย่น ระยะเวลาที่ให้กู้ยืมมีความเหมาะสมหรือไม่



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

16

รายละเอียดการชำระหนี้คืนของลูกหนี้ตามที่แจ้งมา มีความสมเหตุสมผลกับวัตถุประสงค์ที่ขอกู้หรือไม่

4. การป้องกันความเสี่ยง (Protection) ที่จะเกิดขึ้น จากการที่ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ โดยดูจากทรัพย์สินที่นำมาเป็นหลักประกัน จนถึงสภาพคล่องของทรัพย์สินที่นำมาเป็นหลักประกัน ซึ่งหลักประกันสามารถแยกออกได้ 2 ประเภท คือ

4.1 หลักประกันภายใน (Internal) ของผู้กู้ เช่น ที่ดิน บ้านที่อยู่อาศัย เงินฝาก

4.2 หลักประกันภายนอก (External) เช่น ให้นำบุคคลภายนอกเข้ามารับผิดชอบในหนี้สินด้วย โดยการนำหลักทรัพย์มาค้ำประกัน หรือบุคคลค้ำประกัน

5. การพิจารณา (Prospect) ภาพรวมของ P ทั้ง 4 ตัวที่กล่าวมา กลุ่มทางในอนาคต ว่าควรจะให้กู้หรือไม่ ความเสี่ยงในธุรกิจของลูกหนี้ในอนาคต ความยุ่งยากในการเรียกเก็บหนี้ ซึ่งหากลูกหนี้มีคู่ทางคืออาชีพมั่นคง ซึ่งหมายถึงลูกหนี้จะมีความสามารถในการชำระหนี้คืนได้

หลักการวิเคราะห์เครดิตตามหลัก 6 C (6 C's Policy)

นโยบาย 6 C (วาสนา สิงหโกวินทร์, 2527 : 14) การวิเคราะห์เครดิตโดยวิธีนี้มากกว่า 50 ปีแล้ว โดยพัฒนามาจาก 3 C ได้แก่ คุณสมบัติ (Character) ทุน (Capital) และ ความสามารถ (Capacity) ซึ่งต่อมาเพิ่ม หลักประกัน (Collateral) สภาพวะ (Condition) และ ประสิทธิภาพ (Control) รวมเรียกหลักการวิเคราะห์นี้ว่าหลัก 6 C ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. คุณสมบัติ (Character) เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ โดยวิเคราะห์ถึงอุปนิสัยและพฤติกรรมของผู้ขอสินเชื่อว่ามีความรับผิดชอบในการชำระหนี้เพียงใด โดยแบ่งการพิจารณาได้ 2 ประการ ดังนี้

1.1 คุณสมบัติและประวัติส่วนตัว เช่น อุปนิสัยทั่วไปของลูกหนี้ ประวัติการชำระหนี้ที่อยู่ และภูมิลำเนา (ต้องไม่เปลี่ยนแปลง) ข้อมูลด้านครอบครัว อายุ ฐานะทางสังคม ชื่อเสียงการศึกษา

1.2 คุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น หน้าที่การงาน อาชีพ และประสบการณ์ในอาชีพ ความสามารถ หรือความชำนาญพิเศษ

2. ความสามารถ (Capacity) เป็นการพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ ถึงแม้ว่าผู้กู้จะมีคุณสมบัติที่ดี ชื่อสัตย์ แต่หากไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลง สินเชื่อก็มีความเสี่ยงอย่างมาก ทั้งนี้จะพิจารณาจากเงินเดือนและรายได้อื่น ๆ หนี้สินเดิมที่มีอยู่ ระดับการครองชีพ สุขภาพ

3. ทุน (Capital) เป็นการพิจารณาถึงทรัพย์สินเงินทองที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้กู้ ฐานะการเงินของผู้กู้เพื่อดูความเข้มแข็งทางการเงิน เช่น บัญชีเงินฝากในธนาคาร ที่ดิน รถยนต์ เป็นต้น





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

17

4. หลักประกัน (Collateral) เป็นการพิจารณาถึงหลักประกัน ซึ่งอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของ Capital ซึ่งนำมาค้ำประกันสินเชื่อ หลักประกันเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดความเสี่ยงของการให้สินเชื่อ กรณีที่ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของลูกค้าไม่เป็นไปตามแผนงานที่คาดคะเนหลักประกันที่นิยมใช้ค้ำประกันในการให้สินเชื่อ เช่น ที่ดิน อาคาร พันธมิตร เงินฝากในธนาคาร หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม ซึ่งต้องพิจารณาถึงสภาพคล่องของแต่ละหลักประกันว่ามีสภาพคล่องเพียงใด

5. สภาวะ (Condition) เป็นการพิจารณาถึงสภาวะการณ์ทั่วไปที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมของลูกค้า เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ของตลาดเงิน นโยบายของรัฐบาล ปัญหาแรงงาน การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย และอื่น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการชำระหนี้เงินกู้คืน

6. ประสิทธิภาพ (Control) เป็นการพิจารณาถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของผู้กู้ ซึ่งไม่ใช่ว่าผู้กู้ทุกคนจะมีระบบการเงินและการบริหารภายในที่ดี เช่น บริหารแบบครบวงจร กงสี ซึ่งอาจจะใช้ได้ดีในธุรกิจหนึ่ง แต่อีกธุรกิจหนึ่งอาจไม่ดีเท่าที่ควร ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินแก่ผู้กู้ได้

ขั้นตอนของกระบวนการสินเชื่อ กระบวนการสินเชื่อมี 3 ขั้นตอนคือ

1. การเกิดรายการสินเชื่อ (Credit transaction) เริ่มจากการที่บุคคล 2 ฝ่ายตกลงที่จะทำการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขที่จะชำระเงินคืนในอนาคต

2. สถานะทางสินเชื่อ (Credit standing) เมื่อมีการตกลงให้สินเชื่อแล้ว สิ่งที่จะต้องพิจารณา และ ตัดสินใจขั้นต่อมาคือ สถานะทางสินเชื่อ ของผู้มาขอว่าดีไม่น้อยเพียงใดเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัว ผลงาน ชื่อเสียงการดำเนินธุรกิจหรือความสามารถที่จะชำระหนี้หรือไม่ สถานะทางสินเชื่อนี้ จะนำมาเป็นตัวบ่งชี้ถึง การยอมรับ ที่จะให้ สินเชื่อภายในวงเงินเงื่อนไขและเงื่อนไขมากน้อยเท่าใดและอย่างไรบ้าง แก่ผู้ขอสินเชื่อแต่ละราย

3. การใช้เครื่องมือประกอบการด้านสินเชื่อ (Credit instruments) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของ กระบวนการ การให้สินเชื่อ ที่จะต้องทำหลักฐาน เพื่อแสดงการตกลง เกี่ยวกับวงเงินสินเชื่อ เงื่อนไขและเวลาที่ทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ขอและผู้ให้สินเชื่อยอมรับ ซึ่งได้แก่ตราสารหรือสัญญาที่จะเป็น หลักประกันในการชำระหนี้ เช่น เช็ค ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตั๋วแลกเงิน เป็นต้น ดังนั้น เครื่องมือประกอบการด้านสินเชื่อ จึงหมายถึง หลักฐานแสดงภาพหนี้และเงื่อนไขการชำระหนี้ ที่จะทำขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบการด้านสินเชื่อ (คารณี พุทธิวิบูลย์. ม.ป.ป. : 2 – 3)

ประเภทของสินเชื่อ ประเภทของสินเชื่อจะแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

18

## 1. จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้

- 1.1 สินเชื่อรัฐบาลหรือสินเชื่อสาธารณะ เป็นสินเชื่อที่รัฐบาลหามาเพื่อสร้างประโยชน์แก่สาธารณะชน เช่น สร้างโรงเรียน สร้างถนน เป็นต้น
- 1.2 สินเชื่อเพื่อการบริโภค เป็นสินเชื่อที่ผู้บริโภคเป็นผู้ใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรต่างๆ ที่นำมาบริโภค เช่น บ้าน รถยนต์ เป็นต้น
- 1.3 สินเชื่อทางธุรกิจ เป็นสินเชื่อที่ทำให้ธุรกิจเกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน เช่น สินเชื่อเพื่อการลงทุน

## 2. จำแนกตามลักษณะการชำระคืน

- 2.1 สินเชื่อชำระครั้งเดียว หมายถึง การชำระหนี้สินครั้งเดียวเป็นจำนวน
- 2.2 สินเชื่อผ่อนส่ง หมายถึง การชำระหนี้จำนวนที่ระบุเป็นงวด โดยอาจจะมีการวางเงินมัดจำส่วนหนึ่ง เช่น การผ่อนบ้านหรือรถยนต์

## 3. จำแนกตามระยะเวลา

- 3.1 สินเชื่อประเภทเพื่อเรียก สินเชื่อประเภทนี้จะต้องชำระคืนทันทีที่ฝ่ายผู้ให้สินเชื่อเรียกร้องให้ชำระ
- 3.2 สินเชื่อระยะสั้น เป็นสินเชื่อที่จะต้องชำระคืนภายใน 1 ปี
- 3.3 สินเชื่อระยะปานกลาง เป็นสินเชื่อที่จะต้องชำระคืนตั้งแต่เกิน 1 ปี ถึง 3 ปี หรือ 5 ปี แล้วแต่กำหนดและตกลงกัน
- 3.4 สินเชื่อระยะยาว กำหนดระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปี หรือ 5 ปี แล้วแต่กำหนดหรือตกลงกัน

## 4. จำแนกตามหลักประกันภัย

- 4.1 สินเชื่อที่มีหลักการ หมายถึง การให้สินเชื่อที่ต้องมีทรัพย์สินหรือบุคคลค้ำประกัน
- 4.2 สินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน หมายถึง การให้สินเชื่อโดยไม่มีหลักประกันหรือบุคคลค้ำประกัน (ภิเชก ชัยนิรันดร์. 2544 : 89)

แนวทางการจัดการสินเชื่อ งานด้านการจัดการสินเชื่อจะครอบคลุมตั้งแต่การพิจารณาปล่อยสินเชื่อจนถึงการเรียกเก็บหนี้ ซึ่งจะมีแนวทางการจัดการ ดังนี้

1. การจัดการสินเชื่อ เป็นการจัดการย่อยภายใต้การบริหารงานของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงเป้าหมายหลักของกิจการก่อนที่จะกำหนดเป้าหมายของการจัดการสินเชื่อ โดยให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของกิจการ คือ เป้าหมายในการรักษาสภาพคล่องกับเป้าหมายในการทำกำไร สำหรับเป้าหมายของการจัดการสินเชื่อ จะกำหนดไว้เป็นลักษณะของนโยบายและแนวทางปฏิบัติ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

19

2. การจัดการสินเชื่อควรคำนึงถึงความร่วมมือและประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ ของกิจการ การจัดการสินเชื่อเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติงานด้านนี้นอกจากต้องมีความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ต่างๆ ด้านสินเชื่อ การบริการ การบัญชี การเงิน ฯลฯ แล้วยังศิลปะที่จะใช้เทคนิค ความแนบเนียน ประสพการณ์ และการวินิจฉัยสั่งการ ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะมาช่วยในการจัดการสินเชื่อให้เป็นที่ไปอย่างมีประสิทธิภาพจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

3. การจัดการสินเชื่อ ให้มีประสิทธิภาพ ความมีผู้เชี่ยวชาญแต่ละขั้นตอนเพื่อทำหน้าที่งานด้านสินเชื่อ วางแผนการตั้งเป้าหมายและนโยบายในการปฏิบัติงานด้านการจัดการสินเชื่อ ดำเนินการจัดสายงานด้านสินเชื่อ และกำหนดตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลที่ปฏิบัติงาน ทำการกระจายอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล ตรวจสอบการดำเนินการดำเนินงานกับเป้าหมายและนโยบายของฝ่ายสินเชื่อและของกิจการให้สอดคล้องกัน เพื่อแก้ไขได้ทันทั่วทั้ง ให้การฝึกอบรม แก่พนักงานในฝ่ายสินเชื่อ เพราะถือว่าเป็นงานที่ต้องอาศัยเทคนิคและการฝึกอบรมต่อเนื่องกัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน

4. การจัดการสินเชื่อยังต้องมีกระบวนการจัดการไปตามหลักการจัดการทั่วไป คือ มีการวางแผน (Planning) การจัดสายงาน (Organizing) การปฏิบัติการให้สอดคล้องกับเป้าหมายหรือนโยบาย (Actuating) และควบคุม (Controlling)

5. การจัดการสินเชื่อ เป็นการจัดการย่อยภายใต้การบริหารงานของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงเป้าหมายหลักของกิจการก่อนที่จะกำหนดเป้าหมายของการจัดการสินเชื่อ โดยให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของกิจการ คือ เป้าหมายในการรักษาสภาพคล่องกับเป้าหมายในการทำกำไร สำหรับเป้าหมายของการจัดการสินเชื่อ จะกำหนดไว้เป็นลักษณะของนโยบายและแนวทางปฏิบัติ

6. การจัดการสินเชื่อควรคำนึงถึงความร่วมมือและประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ ของกิจการ การจัดการสินเชื่อเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติงานด้านนี้นอกจากต้องมีความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ต่างๆ ด้านสินเชื่อ การบริการ การบัญชี การเงิน ฯลฯ แล้วยังศิลปะที่จะใช้เทคนิค ความแนบเนียน ประสพการณ์ และการวินิจฉัยสั่งการ ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะมาช่วยในการจัดการสินเชื่อให้เป็นที่ไปอย่างมีประสิทธิภาพจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

7. การจัดการสินเชื่อ ให้มีประสิทธิภาพ ความมีผู้เชี่ยวชาญแต่ละขั้นตอนเพื่อทำหน้าที่งานด้านสินเชื่อ วางแผนการตั้งเป้าหมายและนโยบายในการปฏิบัติงานด้านการจัดการสินเชื่อ ดำเนินการจัดสายงานด้านสินเชื่อ และกำหนดตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลที่ปฏิบัติงาน ทำการกระจายอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล ตรวจสอบการดำเนินการดำเนินงานกับเป้าหมายและนโยบายของฝ่ายสินเชื่อและของกิจการให้สอดคล้องกัน เพื่อแก้ไขได้ทันทั่วทั้ง ให้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

20

การฝึกอบรม แก่พนักงานในฝ่ายสินเชื่อ เพราะถือว่าเป็นงานที่ต้องอาศัยเทคนิคและการฝึกอบรม  
ต่อเนื่องกัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน

## หลักการจัดการสินเชื่อ

ในการจัดการสินเชื่อ แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ การปล่อยสินเชื่อและการ  
เรียกเก็บหนี้ ซึ่งงาน 2 ลักษณะนี้ นับว่าเป็นงานหลักของการจัดการสินเชื่อ ที่จะต้องดำเนินควบคู่  
กันไปเสมือนตราซัง กล่าวคือ ถ้างานใดหย่อนอีกงานต้องเข้มงวดจึงจะทำให้งานจัดการสินเชื่อ  
ลุล่วงไปด้วยดี อย่างไรก็ตามหลักการจัดการสินเชื่อยังคงใช้กระบวนการตามหลักการจัดการทั่วไป  
เป็นแนวทาง กล่าวคือ

### 1. การวางแผน (Planning)

ในการพิจารณาให้สินเชื่อของแต่ละธุรกิจหรือและสถาบันย่อมมีหลักการและวิธีการที่  
แตกต่างกัน แต่เป้าหมายหลักหรือวัตถุประสงค์หลักเหมือนกัน คือต้องการให้ผู้ขอสินเชื่อไปแล้ว  
สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการและสามารถส่งผลประโยชน์ตอบแทนเป็น  
ดอกเบี้ยและคืนเงินต้นตามกำหนด ดังนั้นสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการวางแผนเพื่อการจัดการสินเชื่อ คือ

1.1 การตั้งวัตถุประสงค์และนโยบายในการปล่อยสินเชื่อของกิจการเป็นความ  
ต้องการและแนวทางที่ผู้บริหารสินเชื่อวางไว้เพื่อให้เจ้าหน้าที่สินเชื่อนำไปปฏิบัติ

1.2 การเรียกเก็บหนี้ เป็นงานหนึ่งที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบของงานจัดการสินเชื่อ  
ซึ่งจะต้องควบคู่กันไปเมื่อมีการอนุมัติสินเชื่อไปแล้ว งานทั้ง 2 ด้านนี้ นอกจากจะต้องขึ้นแก่กันและ  
กันแล้วยังต้องการประสานงาน เพื่อให้การทำงานสอดคล้องกันเป็นอย่างดี เพราะจุดมุ่งหมาย  
หลักของการจัดการเรียกเก็บหนี้ขึ้นเพื่อต้องการรักษาและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ถ้า  
นโยบายการปล่อยสินเชื่อหย่อนยานในเรื่องการคัดเลือกลูกค้า งานการเรียกเก็บหนี้ย่อมมี  
ความสำคัญมากขึ้น ดังนั้นเพื่อให้การจัดการเรียกเก็บหนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพการจัดการ  
สินเชื่อ ควรวางแผนนโยบายการเก็บหนี้ให้เหมาะสม

### 2. การจัดการสายงาน (Organizing)

การจัดสายงานที่เอื้อต่อการจัดการสินเชื่อ ทำให้หลายรูปแบบและหลายลักษณะขึ้นกับ  
ลักษณะและนโยบายของแต่ละธุรกิจ โดยมีปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการจัดสายงานด้าน  
สินเชื่อ อีก 6 ประการ คือ

2.1 ขนาดการให้บริการด้านสินเชื่อ

2.2 การมอบหมายภาระงานด้านสินเชื่อ และการเรียกเก็บหนี้

2.3 ลักษณะของการบริการสินเชื่อ

2.4 ประเภทของลูกค้า



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

21

## 2.5 จำนวนลูกหนี้

### 2.6 ลักษณะของการขายสินค้า

สำหรับรูปแบบการจัดสายงานด้านสินเชื่อ จะใช้การจัดสายงานขององค์การธุรกิจทั่วไปมาเป็นแนวทางโดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ การจัดสายงานด้านสินเชื่อแบบการบริหารงานหลัก (The line form of structure) การจัดสายงานด้านสินเชื่อแบบการบริหารงานโดยมีที่ปรึกษา (The line and staff form of structure) การจัดสายงานด้านสินเชื่อแบบการบริหารตามหน้าที่งาน (The functional form of structure)

## 3. การปฏิบัติการสินเชื่อ

การปฏิบัติงานด้านสินเชื่อ แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

### 3.1 การพิจารณาปล่อยสินเชื่อ (Actuating)

3.1.1 การหาลูกค้าใหม่ เนื่องจากสภาพการค้าทางเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้มีการแข่งขันกันแย่งลูกค้า

3.1.2 แบบคำขอสินเชื่อ ผู้ขอสินเชื่อจะต้องเป็นผู้กรอกแบบคำขอสินเชื่อเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้ให้สินเชื่อ

3.1.3 การสัมภาษณ์ผู้ขอสินเชื่อ จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการพบกันโดยตรงระหว่างผู้ขอและผู้ให้สินเชื่อ

3.1.4 สืบสวนหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่มาขอสินเชื่อ โดยพิจารณาหาข้อมูลที่ต้องการในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อนำมาพิจารณาปล่อยสินเชื่อด้วยวิธีการและจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

3.1.4.1 จากการสอบถามหรือรายงานที่เสนอต่อสาธารณะชน

3.1.4.2 จากสถาบันหรือธุรกิจที่ใช้บริการด้านจัดหา และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อ

3.1.4.3 จากการตรวจสอบและวิเคราะห์งบการเงินของผู้ขอสินเชื่อ

3.1.5 ทำการวิเคราะห์สินเชื่อทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณหลังจากได้ข้อมูลที่ต้องการมาแล้วโดยใช้เกณฑ์

3.1.5.1 C S Policy เป็นหลักเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า โดยเริ่มจาก 3 C ก่อน คือ คุณสมบัติ (Character) ทุน (Capacity) และ ความสามารถ (Capital) ต่อมาจึงเพิ่ม หลักประกัน (Collateral) สภาวะ (Condition) และ ประสิทธิภาพ (Country) รวมเป็น 6 C

3.1.5.2 การวิเคราะห์งบการเงิน ในกรณีที่ลูกค้าเป็นนิติบุคคลเพื่อให้ความเสี่ยงน้อยที่สุด ควรมีการของบการเงินของกิจการนั้นมาวิเคราะห์



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

22

3.1.5.3 ฟังก์ชันโลนัเนีย (Linear Discriminate Function) เป็นเทคนิคที่อาศัยวิธีการทางสถิติมาช่วยในการกำหนดน้ำหนักอย่างมีหลักเกณฑ์ให้กับตัวแปรต่างๆ

3.1.6 กำหนดวงเงินสินเชื่อ (Credit lines and limits) สำหรับลูกค้าแต่ละรายโดยมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดวงเงินสินเชื่อว่า ควรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ไม่มากเกินไปจนเกินความสามารถในการชำระหนี้

3.1.7 จัดทำรายงานเพื่อสรุปการตัดสินใจและข้อเสนอแนะ

3.1.8 การจัดทำแฟ้มสินเชื่อ เพื่อเป็นแฟ้มที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของลูกค้า สำหรับเป็นแหล่งค้นหาหลักฐานและเป็นแนวทางของผู้ให้สินเชื่อใช้ในการอนุมัติสินเชื่อและติดตามปรับข้อมูลสินเชื่อเพื่อลดความเสี่ยง

3.1.9 แจ้งผลการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ขอสินเชื่อทราบ

3.1.10 ตรวจสอบสินเชื่อและหลักค้ำประกัน เมื่อมีรายการสินเชื่อเกิดขึ้นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อกัน เมื่อเกิดรายการสินเชื่อนั้น เรียกว่า ทรานสแอคชันสำหรับหลักค้ำประกัน

## 3.2 การเรียกเก็บหนี้

ในการปฏิบัติงานด้านการเรียกเก็บหนี้ นั้นจะต้องหาวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นและอำนวยความสะดวกในการติดตามเรียกเก็บหนี้ นับตั้งแต่หนี้สินนั้นได้พ้นกำหนดเวลาการชำระเงินมาแล้วจนกระทั่งบรรลุผลขั้นสุดท้ายในแต่ละกรณี ดังนั้น ความหมายของการเรียกเก็บหนี้ (Collection) จะหมายถึงความพยายามที่ใช้ไปเพื่อให้ได้เงินภายหลังที่หนี้สินนั้นพ้นกำหนดชำระเงินมาแล้ว เพื่อให้งานด้านการเรียกเก็บหนี้ของฝ่ายสินเชื่อบรรลุเป้าหมาย จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงระบบการติดตามหนี้ที่ดีและมีประสิทธิภาพเสียก่อน

## 4. การควบคุม (Controlling)

สำหรับวิธีการที่จะใช้ในการควบคุมและวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านสินเชื่อ และการเรียกเก็บหนี้ คือ

4.1 การควบคุมด้วยปริมาณขายสูงสุด

4.2 การควบคุมด้วยเงินทุนในลูกหนี้

4.3 การควบคุมด้วยต้นทุนเกี่ยวกับสินเชื่อ

4.4 การควบคุมด้วยการดูแลความร่วมมือในการทำงานทั้งภายในและภายนอกกิจการ  
ธุรกิจเงินทุนและธุรกิจลีสซิ่ง (Finance Company and Leasing)

เป็นธุรกิจที่ให้บริการจัดหาเงินทุน (Financing) ในการจัดหาทรัพย์สินประเภททุนที่กิจการต่างๆ ต้องนำมาใช้ในการผลิตและการดำเนินงานในลักษณะของการให้เช่าทรัพย์สินนั้น แทนการซื้อโดยผู้เช่า (Lessee) จะต้องเป็นผู้เลือกจัดหาและตกลงราคาของสินทรัพย์นั้นกับผู้จัด



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

23

จำหน่ายหรือผู้ผลิต โดยตรงในสินทรัพย์ที่ต้องการแล้ว จึงจะจัดแหล่งเงินในการจัดซื้อทรัพย์สินซึ่งก็คือการจัดหาผู้ให้เช่า ซึ่งปกติแล้วจะเป็นบริษัทลิสซิ่ง ซึ่งเมื่อกิจการหาผู้ให้เช่า (บริษัทเงินทุนหรือบริษัทลิสซิ่ง) ได้แล้ว บริษัทลิสซิ่งก็จะทำการซื้อสินทรัพย์ที่ผู้เช่าต้องการ โดยคิดค่าเช่าจากผู้เช่าตามจำนวนเงินและระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยมากแล้วทรัพย์สินให้เช่าแบบลิสซิ่งนี้ จะกำหนดระยะเวลาอย่างน้อย 3 ปี (ธนวัฒน์ วัฒนเพ็ญไพบูลย์. 2544 : 13)

## ระบบการเช่าแบบลิสซิ่ง

1. ผู้เช่า (บุคคล) ตรวจสอบราคาและผู้จำหน่ายทรัพย์สินที่ต้องการเช่า
  2. ผู้เช่า (นิติบุคคล) แจ้งความจำเป็นในการเช่าทรัพย์สินกับบริษัทผู้ให้เช่า (บริษัทลิสซิ่ง)
  3. ผู้ให้เช่า (บริษัทลิสซิ่ง) จะวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของกิจการผู้เช่าและดำเนินการจัดทำสัญญาเช่าลิสซิ่งระหว่างผู้เช่าและผู้ให้เช่าตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกัน
  4. ผู้ให้เช่า (บริษัทลิสซิ่ง) จะทำใบสั่งซื้อและสัญญาซื้อขายทรัพย์สินนั้นกับผู้จำหน่ายทรัพย์สินนั้น
  5. เมื่อผู้ให้เช่า (บริษัทลิสซิ่ง) ได้รับทรัพย์สินผู้จำหน่ายจะวางบิลใบแจ้งหนี้เพื่อเรียกเก็บเงิน
  6. ผู้ให้เช่า (บริษัทลิสซิ่ง) จะชำระเงินค่าซื้อทรัพย์สินที่ให้เช่าแก่ผู้จำหน่าย
  7. ผู้เช่าจะชำระเงินค่างวดตามสัญญาเช่า โดยปกตินิยมเรียกเก็บเช็คล่วงหน้าจากผู้เช่า
  8. ผู้เช่าจะต้องชำระเงินค่าเบี้ยประกันทุกปีเป็นการต่ออายุประกันภัยทรัพย์สิน
  9. ผู้เช่าจะมีหน้าที่ซ่อมแซมบำรุงรักษาทรัพย์สิน ตลอดจนรับประกันหรือค้ำประกันหรือต่อทะเบียนทรัพย์สินนั้น
  10. เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า ผู้เช่าจะต้องแจ้งความจำเป็นไปยังผู้ให้เช่าว่าจะเช่าทรัพย์สินนั้นต่อไปหรือซื้อทรัพย์สินนั้นหรือไม่ประสงค์จะเช่าต่อไปอีก
- ในการเปรียบเทียบการให้เช่าทรัพย์สินเพื่อให้ศึกษาความต่างกันอย่างขึ้น แสดงผังรูปแบบตารางดังนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 1 การเปรียบเทียบการให้เช่าทรัพย์สิน

เงื่อนไข	ลิขสิทธิ์	เช่าซื้อ	การเช่า
ประเภทของทรัพย์สิน	ทรัพย์สินที่มีลักษณะพิเศษ	เครื่องจักรหรือทรัพย์สินคงทน	เครื่องจักรหรือทรัพย์สินคงทน
สินค้าคงคลังของผู้ให้เช่า	ไม่มี	มีหรือไม่มี	มี
วัตถุประสงค์การเช่า	ใช้ทรัพย์สินระยะยาว	เป็นเจ้าของทรัพย์สิน	ใช้ทรัพย์สินชั่วคราว
ผู้เช่า	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา/นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา/นิติบุคคล
การคิดค่าเช่า	คิดต้นทุนทั้งหมดจากผู้เช่าคนแรก	คิดต้นทุนทั้งหมดจากผู้เช่าคนแรก	คิดต้นทุนเฉลี่ยโดยรวม
การชำระเงินของผู้เช่า	ค่าเช่าถือเป็นค่าใช้จ่าย	เป็นส่วนหนึ่งของราคาซื้อทรัพย์สิน	ค่าเช่าถือเป็นค่าใช้จ่าย
ค่าใช้จ่ายในกาบำรุงรักษาและค่าประกันภัย	ผู้เช่าจ่าย	ผู้เช่าซื้อจ่าย	ผู้ให้เช่า
การยกเลิกสัญญา	ยกเลิกไม่ได้	ยกเลิกไม่ได้	ยกเลิกได้
กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน	ผู้ให้เช่า	ผู้ให้เช่า	ผู้ให้เช่า
เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า	ขึ้นอยู่กับข้อตกลง	เป็นของผู้เช่าซื้อ	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

ที่มา : ธนวัฒน์ วัฒนเพ็ญไพบูลย์. 2544 : 16





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 2 ข้อแตกต่างระหว่างธุรกิจลิสซิ่ง เช่าซื้อ และเงินกู้ยืม

เงื่อนไข	ลิสซิ่ง	เช่าซื้อ	การเช่า
วงเงินสินเชื่อ (เป็น % ของมูลค่าต้นทุนของทรัพย์สิน)	100 %	70 – 80 %	60 – 80 %
ระยะเวลาตามสัญญา	3 – 5 ปี	1 – 5 ปี	3 – 5 ปี
อัตราค่าเช่า / ดอกเบี้ย	คงที่	คงที่	ขึ้นลงตามสภาวะตลาดเงินอสังหาริมทรัพย์
หลักทรัพย์ค้ำประกันอื่น	ไม่มี	ไม่มี	ต้อง
การขออนุมัติการลงทุนในทรัพย์สิน	ไม่ต้อง	ต้อง	ผู้กู้เงิน
ผู้บันทึกบัญชีทรัพย์สิน	บริษัทลิสซิ่ง	ผู้เช่าซื้อ	ดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคา
ค่าใช้จ่ายที่หักภาษีได้	ค่าเช่าทั้งหมด	ดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคา	เดือนแรกๆ สูงกว่าเดือนหลังๆ และขึ้นอยู่กับสภาวะตลาดเงินด้วย
จำนวนค่าใช้จ่ายรายเดือน	เท่ากันทุกเดือน	เดือนแรกๆ สูงกว่าเดือนหลังๆ	ก. ภาษีการค่าใช้จ่ายเป็นภาษีซื้อไม่ได้
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (สำหรับผู้ประกอบการจดทะเบียนมูลค่าเพิ่ม)	ใช้เป็นภาษีซื้อได้	ใช้เป็นภาษีซื้อได้ นอกจากกรณียกเว้นไม่เกิน 10 คน	ข. ภาษีมูลค่าเพิ่มจากการซื้อรถยนต์นั่งใช้ เป็นภาษีซื้อไม่ได้

ที่มา : ธนวัฒน์ วัฒนเพ็ญไพบุลย์. 2544 : 17

ข้อดีหรือประโยชน์ของบริษัทเงินทุนที่ให้เช่าซื้อรถยนต์

1. ในด้านการใช้แรงงาน ซึ่งต้องอาศัยคนทำงานมากแขนงหนึ่ง เป็นการช่วยให้คนมีงานทำมากขึ้น
2. การลงทุนแบบนี้เป็นการกระจายความเสี่ยง เพราะการลงทุนไปในสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพียงสิ่งเดียว ย่อมก่อให้เกิดความเสี่ยงได้มาก



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

26

3. ธุรกิจนี้เป็นการสนับสนุนให้คนรู้จักการสะสมรายได้
4. เพื่อช่วยให้ผู้ที่มีรายได้น้อยสามารถมีของมีค่าไว้สำหรับใช้สอย
5. ช่วยให้ประชาชนหรือธุรกิจมีเงินสำหรับใช้จ่ายใช้สอยคล่องตัวขึ้น
6. ทำให้การหมุนเวียนของกระแสเงินเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและเป็นปริมาณมาก
7. ธุรกิจประเภทนี้จะทำให้ธุรกิจและเศรษฐกิจทั่วไปโดยรวมดีขึ้น
8. ทำให้การดำเนินชีวิตสะดวกสบายยิ่งขึ้น
9. ในด้านการประกอบอาชีพ สำหรับบางคนที่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการปฏิบัติงาน
  10. รถยนต์ที่ได้ทำการเช่าซื้อจะต้องทำประกันภัยทุกคัน ฉะนั้นจึงเป็นการส่งเสริมธุรกิจประกันภัยไปด้วย
    11. เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์  
ข้อเสียหรือผลเสียของบริษัทเงินทุนประเภทนี้
      1. ทำให้ปริมาณรถยนต์ในท้องถนนเพิ่มมากขึ้น
      2. ความหละหลวมในการปล่อยสินเชื่อของบริษัทเงินทุน เป็นเหตุให้บริษัทเงินทุนความเสียหาย
      3. ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจประเภทนี้สูงมาก การดำเนินการจึงจำเป็นต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
      4. เกิดความเสี่ยงในธุรกิจไม่ว่าจะเป็นตัวธุรกิจหรือผู้เช่าซื้อรถยนต์ เช่น รถยนต์ถูกโจรกรรม ประสบอุบัติเหตุ หรือผู้เช่าไม่สามารถที่จะผ่อนชำระค่างวดรถได้

### 1.3 แนวโน้มการให้บริการธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของสถาบันการเงินต่างๆ

แนวโน้มการให้บริการธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของสถาบันการเงินต่างๆในประเทศไทย ตลาดรถยนต์ในไตรมาสแรก พ.ศ. 2552 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 16 ด้วยยอดจำหน่ายรถยนต์สูงถึงกว่า 1.6 แสนคัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น ทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุนซื้อสินค้าราคาสูง ส่งผลโดยตรงต่อตลาดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้เติบโตในอัตราที่ดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาเช่นกัน ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่าสำหรับ พ.ศ. 2552 มูลค่าตลาดสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์ในระบบสถาบันการเงินมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 30% เมื่อเทียบกับการเติบโตที่ระดับร้อยละ 24 ใน พ.ศ. 2551 โดยยอดคงค้างสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์ในระบบสถาบันการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 308.783 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 4.93 ของสินเชื่อรวมในระบบสถาบันการเงิน อย่างไรก็ตาม มูลค่าตลาดสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่แท้จริงคาดว่าจะสูงกว่านี้เกือบสองเท่าตัว เนื่องจากยังไม่รวมถึงการให้สินเชื่อของบริษัท ลีสซิ่งของ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

27

ค่ารถยนต์(Captive). บริษัทที่ผลิตซึ่งไม่ใช่สถาบันการเงิน (non bank) และบริษัทที่ผลิตซึ่งในเครือของธนาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากยอดขายรถยนต์ใหม่ ซึ่งเป็นตัวแปรหลักที่บ่งชี้ทิศทางตลาดสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์แล้ว ในปีนี้ยังมีปัจจัยใหม่เกิดขึ้นเพิ่มเติม ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมธุรกิจจากการที่บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ (NCB) ประกาศยกเลิกการให้บริการสืบค้นข้อมูลเครดิตของผู้ค้าประกัน ยกเลิกสืบค้นข้อมูลตลอดจนการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์ยังคงความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทางด้านราคาซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่ผู้ประกอบการในตลาดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นำมาใช้ในการเพิ่มและรักษาส่วนแบ่งตลาดจนกระทั่งรายได้จากส่วนต่างดอกเบี้ยสุทธิเหลืออยู่น้อยมากเพียงประมาณ 1-1.5% เทียบกับที่เคยสูงอยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ในช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจมาจนถึงช่วงต้นปี พ.ศ. 2540 นอกจากการแข่งขันเรื่องราคาแล้ว ธุรกิจนี้ยังแข่งขันกันปรับลดเงื่อนไขการกู้ยืมอื่น ๆ ลงเท่าที่จะทำได้ เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสินเชื่อให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการลดเงินค่างวดจากมาตรฐาน 25-30% ของราคารถยนต์ลงเป็นลำดับจนกระทั่งเหลือประมาณ ร้อยละ 10 ควบคู่ไปกับการยืดระยะเวลากู้จากปกติ 48 งวดเป็น 60-72 งวดซึ่งทำให้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากสินค้าประเภทรถยนต์มีค่าเสื่อมราคาสูง ภายได้ข้อจำกัดของธุรกิจดังกล่าวที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันที่รุนแรงแต่ในภาพรวมผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อก็ยังคงสามารถบริหารจัดการรายได้ที่จัดว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำได้เนื่องจากสามารถควบคุมอัตราความเสี่ยงของธุรกิจหรือสัดส่วนหนี้เสียไว้ให้อยู่ในระดับต่ำกว่าร้อยละ 2 ได้ ผ่านการตรวจสอบข้อมูลเครดิตลูกค้าและผู้ค้าประกัน ซึ่งคาดว่ามีส่วนช่วยคลี่คลายความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากความสามารถในการชำระหนี้ที่ไม่เพียงพอของบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ถึงประมาณ 1 ใน 3 ของจำนวนรายลูกค้า

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เองก็จำเป็นต้องบริหารความเสี่ยงจากการพิจารณาสินเชื่อให้ดีขึ้นไม่เช่นนั้นอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างฐานะการเงินของบริษัทในระยะยาว โดยเฉพาะเมื่อเศรษฐกิจไทยในปีนี้อย่างขยาดอย่างประปราย เนื่องจากปัจจัยเสี่ยงในเรื่องราคาน้ำมันที่ยังคงเร่งสูงขึ้น กดดันต้นทุนราคาสินค้า และทำให้ค่าใช้จ่ายในการครองชีพเพิ่มสูงขึ้นมาก ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับการปรับขึ้นของระดับรายได้ของลูกค้าหรือผู้กู้ยืม โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ประจำ และอาจก่อให้เกิดปัญหาคุณภาพหนี้ตามมา สำหรับแนวทางการปรับตัวของธุรกิจนั้นในส่วนที่เป็นลูกค้าเช่าซื้อประเภทนิติบุคคล (Fleet) ที่ขอมองเงินสินเชื่อเพื่อซื้อรถครั้งละหลายคันทางบริษัทอาจขอให้ผู้ค้าประกันเป็นผู้ขอตรวจค้นข้อมูลเครดิตของตนเองจากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ และนำเอกสารที่ได้รับมายื่นประกอบการพิจารณาสินเชื่อ ซึ่งโดยปกติต้องใช้เวลารวมประมาณ 3 วันทำการ เนื่องจากการขอสินเชื่อเงินสูง ที่บริษัทผู้ประกอบการให้เช่าซื้อมักไม่แข่งเรื่องความเร็วในการอนุมัติสินเชื่อมากเท่ากับการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้กับบุคคลราย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

28

ย่อย จึงไม่มีแรงกดดันในเรื่องเวลา และสามารถรอข้อมูลให้ครบถ้วนได้ ขณะที่การปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้กับบุคคลธรรมดารายย่อยนั้น ก่อนข้างเป็นปัญหา เนื่องจากผู้ประกอบการอาจจะถูกกดดันจากโจรผู้จำหน่ายรถยนต์ที่ต้องการปิดการขายโดยเร็ว จึงจำเป็นต้องตอบผลการพิจารณาสินเชื่อภายใน 1 วันทำการเป็นส่วนใหญ่ซึ่งทำให้ไม่สามารถรอผลการตรวจสอบข้อมูลเครดิตของผู้ค้ำประกันจากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ ได้แม้ว่าผู้ค้ำประกันจะให้ความยินยอมก็ตาม ทำให้ผู้ประกอบการอาจต้องเข้มงวดกับการตรวจสอบความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ยืมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการให้เพิ่มวงเงินค้ำประกัน หรือการขอให้มีการจัดหาผู้กู้ยืมร่วม เป็นต้น

แนวโน้มธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ในระบบสถาบันการเงินพ.ศ. 2552 มีโอกาสเติบโตสูงถึงร้อยละ 30-35 เป็นประมาณ 4-4.2 แสนล้านบาท เทียบกับยอดคงค้าง ณ สิ้น พ.ศ. 2551 ที่ 3.08 แสนล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการขยายรถยนต์ใหม่ที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 6 ในปีนี้ เป็นประมาณ 6.7-6.8 แสนคัน โดยที่การแข่งขันของธุรกิจยังคงรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงใช้กลยุทธ์ราคาเป็นตัวนำเช่นเคย อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากยอดขายรถยนต์ใหม่ ซึ่งเป็นตัวแปรหลักที่บ่งชี้ทิศทางตลาดสินเชื่อเพื่อเช่าซื้อรถยนต์แล้ว ในปีนี้ยังมีปัจจัยใหม่เกิดขึ้นเพิ่มเติมซึ่งส่งผลต่อภาพรวมธุรกิจ จากการที่บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติประกาศยกเลิกการให้บริการสืบค้นข้อมูลเครดิตของผู้ค้ำประกัน ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถใช้บริการตรวจค้นข้อมูลเครดิตของผู้ค้ำประกันจากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ ได้อีกต่อไป ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าอาจจะส่งผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการอาจต้องพิจารณาคุณสมบัติของผู้กู้ยืมโดยตรงมากขึ้น จากแต่เดิมที่มีสัดส่วนไม่น้อยที่ผู้ประกอบการอนุมัติสินเชื่อโดยพิจารณาคุณสมบัติของผู้ค้ำประกันเป็นหลัก นอกจากนี้ในอนาคตสถาบันการเงินยังอาจใช้ประโยชน์จากประวัติการเงินด้านอื่น ๆ ของลูกค้า นอกเหนือจากประวัติสินเชื่อ และประวัติเงินฝาก มาประกอบการพิจารณาให้สินเชื่อร่วมด้วย อาทิ ประวัติด้านการลงทุนผ่านหน่วยลงทุนต่าง ๆ เป็นต้น ขณะที่ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์บางรายได้เริ่มณรงค์ให้ลูกค้าเปิดบัญชีเงินฝากประจำเฉพาะกิจเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งทำให้ธนาคารสามารถประเมินวินัยทางการเงินผ่านการออมเงินของลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม ทางออกดังกล่าวอาจได้ผลเฉพาะกับธนาคารพาณิชย์ที่ประกอบธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์ ขณะที่บริษัทที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์ อาจได้ประโยชน์น้อยกว่าเนื่องจากไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการเงินครบวงจรได้เช่นเดียวกับธนาคาร ตัวอย่างการประกอบธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เฉพาะธนาคารพาณิชย์บางส่วนที่ประกอบธุรกิจให้เช่าซื้อรถยนต์ ถึงแนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ในประเทศไทย มีดังนี้

1. ธนาคารชนชาติจำกัด (มหาชน) สำหรับแนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชนชาติจำกัด (มหาชน) ใน พ.ศ. 2552 ได้วางยุทธศาสตร์การครองแชมป์ธุรกิจเช่าซื้อ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รถยนต์อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่มี ยอดขายรถเด็บโตแค่ 3% หยิบแต้มต่อต้านศักยภาพของสาขา วางกำลังคนประจำจุดโชว์รูมร้อยละ 100 แบบไม่มีวันหยุด ทั้งเตรียมเจาะสินเชื่อรายย่อยเต็มอัตรา เพื่อเพิ่มรายได้ครบวงจร ซึ่งภายหลังจากกระทรวงการคลังได้ให้ความเห็นชอบแผนการปรับ โครงสร้างการประกอบธุรกิจสถาบันการเงินของกลุ่มธนาคารให้เป็นสถาบัน การเงิน 1 รูปแบบ ตามแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน ส่งผลให้ ธนาคารธนชาติ จำกัด(มหาชน) ได้เริ่มดำเนินธุรกรรมเช่าซื้อรถยนต์แทนที่บริษัท ทุนธนชาติ จำกัด(มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม 2548 ที่ผ่านมา อันเนื่องจากนโยบายเชิงรุกของกลุ่มธนาคาร โดยให้ธนาคารธนชาติ เป็น กำลังหลักของกลุ่ม ยุทธศาสตร์ในการเป็นกลุ่มธุรกิจให้บริการทางการเงินครบวงจร (Fully integrated finance services) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจหลักทรัพย์ ธุรกิจเงินทุน ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจประกันชีวิต และธุรกิจจัดการกองทุน ยิ่งผลักดันแต้มต่อในเรื่องสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารที่ครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 สำหรับรถยนต์ใหม่ป้ายแดง 32% รถยนต์มือสอง 20% จากยอดขายรถยนต์ พ.ศ. 2551 จำนวน 720.000 คัน มีฐานลูกค้าเช่าซื้อรถยนต์ในมือ 600.000 ราย และคาดว่า พ.ศ. 2552 จะมียอดขายรถยนต์เด็บโตประมาณ ร้อยละ 3 ธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) ต้องการรักษาส่วนแบ่งการตลาดครองความเป็น ผู้นำด้านธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์อย่างต่อเนื่องจนถึง พ.ศ. 2553 ที่ธุรกิจซื้อขายรถยนต์จะ เด็บโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 แนวโน้มการเด็บโตของยอดขายรถยนต์ของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) ใน พ.ศ. 2552 ทั้งอุตสาหกรรมจะเพิ่มขึ้น 3% จากยอดขายรถปัจจุบันอยู่ที่ 700.000 คัน ต้องโต ร้อยละ 5 ของธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ จึงจะเป็นที่ น่าพอใจและที่สำคัญต้องให้ส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดเหมือนกับ พ.ศ. 2551 การเด็บโต 5% จะสร้างความเป็นที่ 1 ได้ ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง ธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) ได้ วางกลยุทธ์เด็ดเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้หลาย ด้านด้วยกัน และจุดใหญ่ก็ขึ้นอยู่กับการวางกำลัง คนให้บริการตามโชว์รูมรถยนต์และเด็นท์รถยนต์ที่ใช้แล้ว (เด็นท์รถยนต์มือสอง) แบบไม่มีวันหยุด ในลักษณะการบริการเซ็นสัญญา เช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งเตรียมทีมงานเช่าซื้อรถยนต์ไว้ 650 คน เพื่อเข้าไปพบปะพูดคุยกับลูกค้าที่เดิน ทางมาซื้อรถยนต์ แนวคิดยุทธศาสตร์ของธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) ในการบุกให้บริการ ถึงโชว์รูมและเด็นท์จะเริ่มต้นจากการใช้สาขา ธนาคาร เป็นฐานทัพคอยสนับสนุนทีมงานฝ่าย สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ จากนั้นวางกำลังคนในสาขา ต่างๆ โดยเน้นความสะดวกสบายในการเดินทาง จากสาขาไปยังโชว์รูมซึ่งจะทำให้สามารถทำงาน ได้มากขึ้น อีกทั้งธนาคารธนชาติจำกัด (มหาชน) กำลังเตรียมลุยโชว์รูม รถยนต์ให้ครบ ร้อยละ 100 จากปัจจุบันร้อยละ 90 ดังเช่น โชว์รูมที่มียอดขายเฉลี่ย 5 คันต่อเดือน ใน พ.ศ. 2551 ปรับเป็นเฉลี่ย 2 คันต่อเดือนพร้อมกับเด็นท์รถยนต์ที่ใช้แล้ว (เด็นท์รถยนต์มือสอง) ที่มียอดขายในเกณฑ์ที่น้อยกว่าที่กำหนดไว้เดิมความพร้อมด้านฐานทัพกองกำลังคน สาขาธนาคาร เป็นการกำหนดยุทธศาสตร์รองรับการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

30

รักษาส่วนแบ่งตลาด ด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ อย่าง เต็มตัวการมีสาขาจำนวนมาก มีข้อดีตรงที่ช่วยให้ ลูกค้าเห็นธนาคารชนชาติจำกัด (มหาชน) แล้วเกิดการจดจำโลโก้ธนาคาร และ เพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าเอสเอ็มอี (SME.) ใน การเดินทางมาเปิดบัญชีเงินฝากทั้งกระแสรายวัน ออมทรัพย์ สามารถให้วงเงินสินเชื่อสำหรับไป ซื้อรถยนต์หรือวงเงินหมุนเวียนได้ค่อนข้างมาก ขึ้น ปัจจัยภายนอกที่จะช่วยสนับสนุนกลยุทธ์ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) นำไปสู่เป้าหมาย ที่ตั้งไว้ใน พ.ศ. 2552 นั่นคือ การเมืองที่ดีขึ้นทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจ ดอกเบี้ยเงินฝากหยุด ปรับขึ้นและมีแนวโน้มปรับลดลง ราคาน้ำมันที่ ทรงตัว รวมถึงสถานการณ์น้ำท่วมที่จะทุเลาเบาบาง ลงมากกว่า พ.ศ. 2551 นี้ ประกอบกับการพยายามเรียนรู้จุดดีของกลุ่มแข่งขันทั้งรายใหญ่รายเล็ก นำมา ปรับใช้กับธุรกิจของตัวเอง

2. ธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) แนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ของธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) จากผลการดำเนินงานของธนาคาร และบริษัทย่อยงวดไตรมาส 1 พ.ศ. 2552 มีกำไรสุทธิ 379 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 37.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 พ.ศ. 2551 เนื่องจากมีการขยายฐานเงินฝากอย่างต่อเนื่อง ขณะที่อัตราดอกเบี้ยโตของเงินให้สินเชื่อชะลอตัวลง ตามนโยบายที่จะเน้นคุณภาพสินทรัพย์ และขยายสินเชื่ออย่างระมัดระวังและรอบคอบ โดยมี ปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ซึ่งเป็นธุรกิจหลักลดลงมาอยู่ที่ ร้อยละ 2.2 จากสิ้น พ.ศ. 2551 อยู่ที่ ร้อยละ 2.5 จากความสำเร็จในการควบคุมและรักษาคุณภาพสินทรัพย์ ปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ มีจำนวน ร้อยละ 7.08 ของสินเชื่อรวมลดลงจาก ร้อยละ 7.15 ณ สิ้น พ.ศ. 2551 ส่วนทางด้านสินทรัพย์มียอดรวมอยู่ที่ 115.149 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นพ.ศ. 2551 ประมาณ ร้อยละ 0.4 โดยธนาคารเกียรตินาคินจำกัด (มหาชน) ให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ มีมูลค่า 56.397 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 1.3 จากสิ้น พ.ศ. 2551 ตามปริมาณยอดขายรถยนต์ในตลาดที่มีจำนวนลดลง ธนาคาร มีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ สินเชื่อเช่าซื้ออยู่ที่ร้อยละ 2.2 ของสินเชื่อเช่าซื้อ รวม ลดลงจาก ร้อยละ 2.5 ณ สิ้น พ.ศ. 2551 ซึ่งแผนงานของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใน พ.ศ. 2552 นี้ จะเน้นการจัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรและตัวแทนรถยนต์ที่เป็นคู่ค้า จัดกิจกรรมไปตามภาค ต่างๆ ทั่วประเทศ อาทิ งาน “ชิงฟ้า รถมือสอง” รวมถึงมหกรรมยานยนต์ในแต่ละภูมิภาค ตลอด พ.ศ. 2552 ตลอดจนใช้กลยุทธ์ขยายสาขาในจุดที่มีศักยภาพในการระดมเงินฝาก เพื่อรองรับการ แข่งขันและการกระจุกตัวของเงินฝากที่สำนักงานใหญ่ และสาขาอโศก ทั้งนี้ ใน พ.ศ. 2552 ที่ ธนาคารจะขยายสาขาเพิ่มอีกประมาณ 7 สาขา นั้น จุดยุทธศาสตร์หลักของเงินฝากจะอยู่ที่ เขาวราช สีพระยา และวิภาวดีรังสิต เป็นต้น “เกียรตินาคิน” ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2514 เปิดดำเนินธุรกรรมธนาคาร พาณิชย์ภายใต้ชื่อ “ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)” เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2548 ล่าสุด บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด ได้ประกาศยืนยันอันดับเครดิตองค์กร และหุ้นกู้ไม่มีประกันของธนาคาร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

31

เกียรติคุณ คงเดิมที่ระดับ “A-” ด้วยแนวโน้ม “Stable” หรือ “คงที่” โดยอันดับเครดิตสะท้อนถึง ทีมผู้บริหารที่มีประสบการณ์ ระบบการบริหารความเสี่ยงที่เป็นที่ยอมรับ และความสามารถในการ ทำกำไร ปัจจุบันมีเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงเท่ากับ ร้อยละ 15.34 สินทรัพย์รวมเท่ากับ 115.149 ล้านบาท มีสาขาทั่วประเทศ 37 แห่ง เป็นธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ ให้บริการครอบคลุมทั้งด้าน เงินฝากประเภทออมทรัพย์ ประจำ กระแสรายวัน ตั๋วเงินฝาก กองทุน และสินเชื่อที่ธนาคารมีความ เชี่ยวชาญได้แก่ บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ บริการสินเชื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย บริการสินเชื่อ ธุรกิจ และบริการทรัพย์สินรอขาย เป็นต้น

3. ธนาคารทิสโก้จำกัด (มหาชน) แนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของ ธนาคารทิสโก้จำกัด (มหาชน)หรือ TISCO รายงานสินเชื่อ ณ วันที่30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ไว้ที่ 98,058 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณ 1.4 พันล้านบาทหรือ ร้อยละ1.49 จากสิ้นเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 หรือเพิ่มขึ้น 1.6 หมื่นล้านบาท หรือ ร้อยละ 19.15 จากสิ้นพ.ศ. 2550 ช่วงครึ่งปีหลังสินเชื่อมีการ เพิ่มขึ้นในจำนวนที่ลดลง เฉลี่ยประมาณเดือนละ 1.3 พันล้านบาทเมื่อเทียบกับครึ่งปีแรกที่มียอด สินเชื่อเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณเดือนละ 1.5 พันล้านบาท เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงในช่วง ครึ่งปีหลัง สำหรับพ.ศ. 2552 ประเมินสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีแนวโน้มชะลอตัวลงตามยอดขายรถ ในประเทศที่คาดว่าจะลดลงประมาณ 20% แต่ TISCO มีสัดส่วนเงินฝากประจำสูงกว่า 65% นอกจากนี้ พอร์ตสินเชื่อ 80% ขึ้นไปเป็นสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ ด้วย โครงสร้างพอร์ตสินเชื่อและเงินฝากดังกล่าว ปกติจะได้เปรียบธนาคารขนาดกลางและใหญ่ ภายใต้ ทิศทางดอกเบี้ยขาลง พ.ศ. 2552 คาดว่าตลาดรถยนต์ในประเทศจะหดตัวลงประมาณ 20% กลุ่ม สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์จึงได้รับผลกระทบสูงทั้งด้านการขยายตัวของสินเชื่อ แนวโน้มหนี้ที่ไม่ ก่อให้เกิดรายได้และขาดทุนจากการขายรถยัดที่เพิ่มขึ้น ตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ธนาคาร ทิสโก้จำกัด (มหาชน) ตั้งเป้าขยายสินเชื่อเพิ่ม ร้อยละ17 หรือยอดสินเชื่อรวม 9 หมื่นล้าน เดินหน้า ลุยตลาดสินเชื่อรถยนต์มือสองเต็มสูบ เร่งขยายสาขาเพิ่ม 15 สาขา-ออกหุ้นกู้ 2.5 หมื่นล้านรองรับ ธุรกิจขณะที่ผลประกอบการพ.ศ. 2549ไม่น่าประทับใจลดลง245ล้านหรือ ร้อยละ13.7 และหนี้เน่า พุง 9,897.46 ล้าน จากยอดเงินกู้ยืมระยะสั้นที่เพิ่มขึ้น ในพ.ศ. 2552 ธนาคารทิสโก้จำกัด (มหาชน) ตั้งเป้าขยายสินเชื่อ 90,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากาเรือบโต ร้อยละ 17 จากพ.ศ. 2549 ที่มีอัตรากาเรือบโต 75,000 ล้านบาท โดยจะเน้นขยายสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองมากขึ้นเนื่องจากให้ ผลตอบแทนจากอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่ารถยนต์ใหม่ โดยส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยของรถยนต์มือสอง ในปัจจุบันอยู่ที่ระดับ ร้อยละ 5 ขณะที่รถยนต์ใหม่อยู่ที่ร้อยละ 3 ซึ่งการปล่อยสินเชื่อรถยนต์ในปีนี้ จะ มีโอกาสเติบโตในอัตราที่สูงกว่าพ.ศ. 2551 ซึ่งเห็นได้จาก บริษัทโตโยต้าที่ออกมา มองตลาด รถยนต์ว่ามีโอกาสขยายตัวถึงร้อยละ 3 ขณะที่ ความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นและการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

32

เติบโตของเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีขึ้น ทำให้การเติบโตของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารทิสโก้ จำกัด(มหาชน)มี โอกาสที่จะเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ในปี 2552 ธนาคารยังมีแผนที่จะขยายสาขาเพิ่ม 10-15 สาขา จากเดิมที่มีสาขาทั้งสิ้น 14 สาขา โดยใช้งบการลงทุนทั้งหมดประมาณ 80 ล้านบาทเพื่อรองรับขยาย ตัวของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์และการขยายตัวของฐานลูกค้ารายย่อยที่จะเพิ่มมากขึ้น

4. ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) บริษัท เคทีบีลิสซิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) แนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัทเคทีบีลิสซิ่งจำกัด ในไตรมาสแรกของพ.ศ. 2552 ที่ผ่านมาบริษัทเคทีบีลิสซิ่งให้บริการสินเชื่อ 3.75 พันล้านบาท ส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ยังอยู่ในระดับที่คุมได้ พร้อมพิจารณาปรับขึ้นดอกเบี้ยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยขณะนี้ดอกเบี้ยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์อยู่ระหว่างร้อยละ 2.8-2.9 สินเชื่ออุปโภคบริโภคนั้นยังไม่มียุทธศาสตร์ในการขึ้นอัตราดอกเบี้ยในขณะนี้ เนื่องจากปัจจุบันมีส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ย ยังสูงอยู่ที่ กว่า 10% แต่หากเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยจะอยู่ที่ กว่า ร้อยละ 5 โดยดอกเบี้ยสินเชื่ออุปโภค-บริโภคปัจจุบันเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 0.99 ต่อเดือน ขณะที่ตลาดอยู่ที่ระดับร้อยละ 2-2.5 ต่อเดือน สำหรับการดำเนินงานในช่วง 5 เดือนที่ผ่านมา (มกราคม – พฤษภาคม 2552 )บริษัทมียอดปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่อยู่ที่ 5.2-5.3 พันล้านบาท จากเป้าหมายทั้งปีตั้งไว้ที่ 1.5 หมื่นล้านบาท และ ณ สิ้นเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 มีกำไรจากการดำเนินงานอยู่ที่ 30 ล้านบาท จากเป้าหมายทั้งปี 140 ล้านบาท จึงคาดว่าจะสามารถทำได้ตามเป้าหมายอย่างแน่นอน พร้อมกันนั้น บริษัทยังได้มีการตั้งสำรองตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ระดับ 50 ล้านบาท ด้านหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของบริษัทปัจจุบันอยู่ที่ 1.6% เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีก่อนที่ 1.5% แต่ก็ยังถือว่าอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมได้ โดยทั้งปีจะควบคุมให้อยู่ที่ไม่เกิน 2% โดยหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่ปรับเพิ่มขึ้นนั้นมาจากปัญหาภายในซึ่งอยู่ในช่วงการแก้ไข ทางบริษัทเคทีบีจำกัด ช่วงนี้ก็มีกระแสข่าวในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น และให้ความสำคัญกับความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า รวมทั้งบริษัทยังเน้นลูกค้าที่มีรายได้ประจำเป็นหลัก ส่วนนโยบายในการทำธุรกิจของบริษัทตั้งแต่เริ่มก่อตั้งจนถึงปัจจุบันยังดำเนินไปกับธนาคารกรุงไทย โดยตลอดทั้งการจัดโปรแกรมทำการตลาด ส่วนการขายสินค้าจะใช้สาขาของธนาคารในการขายซึ่งที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี จึงจะดำเนินงานในรูปแบบนี้ต่อไป รวมทั้งบริษัทมีแผนจะเปิดสาขาภายในพ.ศ. 2552 ให้ครบ 8 สาขา จากปัจจุบันมีอยู่ 3 สาขา และสิ้นเดือนมิถุนายนนี้ จะเปิดสาขาที่ 4 โดยสาขาจะทำหน้าที่ในการประสานงาน แก้ไขปัญหาแทนสำนักงานใหญ่ ไม่ได้ทำหน้าที่ในการขาย โดยสาขาแต่ละสาขาจะมีพนักงานไว้คอยบริการประมาณ 5 คนและใช้งบลงทุนไม่เกิน 1 ล้านบาทต่อสาขา





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

33

5. ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัทไทยพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) เปิดตัวบริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ผ่านสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบ โดยแนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัท ไทยพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) นั้น ธนาคารไทยพาณิชย์มีเป้าหมายขยายการให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ โดยใช้ช่องทางการให้บริการผ่านหน่วยงานขายของธนาคารซึ่งครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศด้วยจำนวน 770 สาขา ซึ่งถือว่าเป็นธนาคารแห่งแรกของไทยที่เสนอบริการนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการใช้รถยนต์ใหม่ของลูกค้าด้วยความสะดวกและรวดเร็ว การให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ผ่านธนาคารดังกล่าวเป็นอีกก้าวอย่างทางธุรกิจหลังจากที่ ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ได้เข้าถือหุ้นใหญ่ใน บริษัท สยามพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2549 และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทไทยพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2549 โดย บริษัทไทยพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มีเป้าหมายในการขยายธุรกิจด้านการให้สินเชื่อรถยนต์ผ่านธนาคารในพ.ศ. 2549 เป็นจำนวน 10.000 ล้านบาท การให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ผ่านธนาคารในครั้งนี้ จะเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตด้วยรถยนต์คันใหม่ โดยธนาคารมีเป้าหมายเพื่อเสนอบริการใหม่นี้ให้กับลูกค้าเงินฝาก ลูกค้าสินเชื่อ ลูกค้าบัตรเครดิตและลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ของธนาคารบริการดังกล่าวถือว่าเป็นสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์จะได้รับโดยตรงจากบริการหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารในทุกสาขา ด้วยบริการที่สะดวกและรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อรวมไปถึงการรับมอบรถ พร้อมกับข้อเสนอที่ดีกว่า ได้แก่ ค่างวดน้อย ผ่อนน้อย เริ่มเพียง 8.000 บาทต้น ๆ ต่อเดือน และมีส่วนลดราคาการยกยืมมากกว่า พร้อมประกันชีวิต และประกันภัยรถยนต์ชั้น 1 คู่คุ้มครองทั้งรถและลูกค้าอีกด้วย

6. ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) แนวโน้มการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัท ลิสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งในขณะนี้ บริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย จำกัด มียอดยืตรถ รวมถึงลูกค้านำรถมาคืนอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่เดือน มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2551 มียอดเฉลี่ยเดือนละกว่า 20 คัน แต่ในเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2551 มียอดสูงถึง 60 คัน แบ่งเป็นรถยนต์ที่ใช้น้ำมันดีเซล 58 คัน และรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซิน 2 คัน เนื่องจากราคาน้ำมันดีเซลได้ปรับเพิ่มขึ้นมาก ประกอบกับค่าครองชีพก็ได้ปรับเพิ่มขึ้น และการเร่งรัดหนี้สินของผู้ปล่อยสินเชื่อ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจคืนรถ เพราะไม่สามารถแบกรับภาระต่อไปได้ ซึ่งทางบริษัท ลิสซิ่งกสิกรไทย จำกัด จะให้ลูกค้าไม่สามารถผ่อนชำระค่างวดต่อไปได้ มาเจรจาปรับโครงสร้างหนี้ใหม่ หากปล่อยทิ้งไว้จนถูกยึดรถหรือนำรถมาคืน ทางลูกค้าก็ต้องชำระค่าเสียหายให้กับบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทยจำกัดด้วย และถ้าไม่มีเงินจ่าย บริษัทลิสซิ่ง



กสิกรไทยจำกัดก็จะต้องทำการฟ้องร้อง เพื่อที่จะได้ตัดบัญชีเป็นหนี้สูญได้ ขณะที่ลูกค้าก็จะต้องเสียประวัติ ส่วนบริษัท หากนารถที่ยึดมาไปขายต่อ ก็จะขายได้ในราคาที่ลดลงเฉลี่ย 28% จากราคาปกติ จากปัญหาลูกค้าไม่สามารถผ่อนชำระค่างวดได้ ทำให้บริษัทลิสซิงกสิกรไทยจำกัด ต้องเพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของการวางเงินคาวน์ อย่างไรก็ตาม การที่บริษัทลิสซิงกสิกรไทยจำกัด เพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น ประกอบกับยอดขายรถยนต์ภายในประเทศที่ลดลง ก็มีผลให้ยอดขายการปล่อยสินเชื่อของบริษัทลิสซิงกสิกรไทยจำกัด ลดลงตามไปด้วยเช่นกัน ธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัท ลิสซิงกสิกรไทย จำกัด เป็นธุรกิจที่มีส่วนแบ่งการตลาดน้อย โดยถ้าเป็นรถใหม่จะมีส่วนแบ่งการตลาดไม่ถึง 1% แต่ถ้าเป็นรถเก่า จะมีส่วนแบ่งการตลาด 3 – 4% แต่รถเก่าก็มีโอกาสที่จะกลายเป็นหนี้เสีย หรือหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ มากกว่ารถใหม่ ทั้งนี้ ปัจจุบันพอร์ตสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัทลิสซิงกสิกรไทยจำกัดมีสัดส่วนรถใหม่ 90% และรถเก่า 10% และถ้าหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ยังอยู่ในระดับสูงต่อเนื่อง บริษัทลิสซิงกสิกรไทยจำกัดก็จำเป็นต้องตั้งสำรองและตัดหนี้สูญเพิ่มขึ้น ซึ่งก็จะทำให้กำไรลดลงด้วย

## 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

สุนันท์ บุญวโรดม (2543 : 22) กล่าวว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ

กรอนรูส์ (สุนันท์ บุญวโรดม, 2543 : 22 ; อ้างอิงจาก Gronroos, 1990. **Service Management and Marketing**, p. 27) ได้ขยายความหมายคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มาก จับต้องไม่ได้ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

สแตนตัน (สุนันท์ บุญวโรดม, 2543 : 23 ; อ้างอิงจาก Stanton, 1981. **Fundamentals of Marketing**, p. 441) ได้ขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในความหมายที่ว่าบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพอใจ ด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

คอตเลอร์ (Kotler, 1994 : 464 – 468) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งไม่สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้อง



ได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

สุดาตวง เรื่องรุจิระ (2541 : 116) กล่าวว่า งานบริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรืองานที่ไม่มีตัวตนและสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือการตัดสินใจซื้อบริการจะขึ้นอยู่กับความไว้วางใจของลูกค้า เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนเก็บรักษาสินค้าไว้ไม่ได้และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ

ความหมายของ ความพึงพอใจ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2545 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า

กู๊ด (Good. 1973 : 320) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพ ระดับของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อกิจกรรมนั้นๆ

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

วรูม (Vroom. 1964 : 99) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง ที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติในด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกจากการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ และให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวิสัยทัศน์อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

การให้บริการเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้รับบริการโดยตรง ซึ่งหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการบริการให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

36

สุนันท์ บุญวโรดม (2543 : 22) กล่าวว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส์ (สุนันท์ บุญวโรดม. 2543 : 22 ; อ้างอิงจาก Gronroos. 1990. **Service Management and Marketing**. p. 27) ได้ขยายความคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ กิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มาก จำต้องไม่ได้ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

สแตนตัน (สุนันท์ บุญวโรดม. 2543 : 23 ; อ้างอิงจาก Stanton. 1981. **Fundamentals of Marketing**. p. 441) ได้ขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในความหมายที่ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จำต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

คอตเลอร์ (Kotler. 1994 : 464-468) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งไม่สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรืองานที่ไม่มีตัวตนและสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือการตัดสินใจซื้อบริการจะขึ้นอยู่กับความไว้วางใจของลูกค้า เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนเก็บรักษาสินค้าไว้ไม่ได้ และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ

คอตเลอร์ (Kotler.) (ดวงตะวัน พงษ์รูป. 2549 : 26) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ที่กลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลต่อความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

เลิฟล็อก (Lovelock.) (ดวงตะวัน พงษ์รูป. 2549 : 26) กล่าวว่า การบริการคือกิจกรรมหนึ่งหรือ ชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

เวเบอร์ (Weber.) (ดวงตะวัน พงษ์รูป. 2549 : 26) ได้ชี้ให้เห็นว่าการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดก็คือ การให้โดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล กล่าวคือ เป็นการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

37

ให้บริการที่ปราศจากความเกลียดหรืออารมณ์ และไม่มี ความชอบพอหรือสนใจใครเป็นพิเศษ หลักการนี้มุ่งให้การปฏิบัติงาน โดยไม่คำนึงความเป็นส่วนตัวมาเกี่ยวข้องกับทุกคน จะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพเหมือนกัน

สโบล (Sabolo.) (ดวงตะวัน พงษ์รูป. 2549 : 26) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือผลประโยชน์ใด ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะตัว ของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการ อาจเกี่ยวข้องกับ การใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของกับสินค้านั้น

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่าง หนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจ จากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองต่อความ ต้องการของผู้แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าว เกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน ในความหมายนั้นจะครอบคลุมการ บริการทุกด้านไม่ว่าจะเป็นการบริการทั่วไปหรือการบริการเชิงพาณิชย์

อีแรงแง (นามแฝง) (2538 : 35) กล่าวว่า งานบริการเป็นงานละเอียดอ่อนที่ต้องอาศัยหัวใจ สัมผัสเท่านั้น จึงจะสามารถจับจุดและสนองความพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างมั่นใจและมีใจ โดย กล่าวถึงการมีจิตสำนึกแห่งงานบริการ ไว้ดังนี้

1. การยิ้มแย้มแจ่มใสทั้งต่อหน้าลูกค้าและขณะทำงาน การมีใบหน้าแจ่มใสและยิ้มจากใจ
2. การเต็มใจในการทำงาน พยายามที่จะทำงานและสนุกกับงาน การทำให้รักงานจะไม่ ทำให้เบื่อหน่าย การทำงานที่จริงใจไม่จำเป็นต้องเคร่งเครียด
3. การไม่นั่งดูตาย ในสิ่งที่ทำได้ ต้องพร้อมเสมอขณะทำงาน เมื่อรู้ว่าลูกค้าต้องการ การ บริการจงทำเท่าที่จะทำได้จนกว่าเพื่อนจะมารับหน้าที่ต่อ
4. การรู้จักตนเองและหน้าที่ ต้องรู้สึกให้ได้ว่าเรา คือ นักบริหารมืออาชีพจะ ช่วยขจัด ความยุ่งยากหรือความทุกข์ใจให้ลูกค้าเกิดความสบายใจได้และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทุก อย่างโดยไม่จำเป็นต้องเป็นเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่โดยตรงเพียงอย่างเดียว
5. การบริการอย่างจริงใจ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือหรือมีสิ่งที่จะต้องทำก็ สามารถบริการลูกค้าอย่างอัตโนมัติโดยไม่ต้องให้ใครมาสั่งให้ทำ

บี.เอ็ม. เวอร์มา (บุษบา เชื้อวงศ์. 2545 : 20 ; อ้างอิงจาก Verma. 1986. **Introduction to Quality Method : A Managerial Emphasis.** p.35) กล่าวว่า การให้บริการที่ดี ส่วนหนึ่งขึ้นกับการ เข้าถึงบริการ ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการ ดังนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

38

ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับการที่ต้องการขอรับบริการ

การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทางความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการบริการการยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ (2541 : 145) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ การให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) นักการตลาดต้องการทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการ ของลูกค้าทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้าไม่ทำให้ลูกค้าต้องคอยนานทำเลที่ตั้งอันเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกวิธีการใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ เป็นรูปแบบซึ่งแม้ผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้หรือชาวต่างชาติก็สามารถรู้วิธีใช้ได้

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงานหรือทำงาน โดยไม่มีข้อผิดพลาด

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณหรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของลูกค้าและแจ้งให้ทราบโดยชัดเจน

5. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การคิดค่าบริการถูกต้อง

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

39

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้สึก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing customer) พนักงานหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบเพื่อพยายามเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จากความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ จึงสรุปได้ว่า หลักการที่ดีของงานให้บริการ คือ การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและอำนวยความสะดวกด้วยความรวดเร็ว สะดวก มีอัธยาศัย เสมอภาคและเป็นธรรมให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคลและเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ผู้ใช้บริการทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน ภายใต้กฎหมายข้อบังคับและระเบียบต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างภาพพจน์ให้เป็นที่ประทับใจ นอกจากนี้ต้องมีศิลปะที่จะชักจูงให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีก กล่าวได้ว่าความสำคัญของงานบริการนั้นเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ ได้แก่ ทฤษฎีแสวงหาความพึงพอใจ ดังนี้ เมตตา เสวตเลข (2545 : 11) ได้กล่าวว่าหากบุคคลพอใจจะกระทำการสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำการที่เขาจะได้รับความทุกข์ หรือความลำบาก แบ่งประเภทความพอใจออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา เป็นทรศนะของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง เป็นทรศนะความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม ทรศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเนื่องมาจากการกระทำนั้นๆ จะทำให้คนได้รับความพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

40

เกรช และ ครัชฟิลด์ (Krech & Crutfield, 1962 : 77) กล่าวว่า เมื่อเกิดความต้องการ คนเราก็จะกำหนดเป้าหมาย (Goals) หลายอย่างเพื่อสร้างความพึงพอใจ กำลังความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมและค่านิยม
2. ศักยภาพทางร่างกาย
3. ประสบการณ์
4. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคม

ทฤษฎีความคาดหวังของ วรูม (Vroom, 1984 : 84) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีความคาดหวังต้องขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ บุคคลต้องการสิ่งนั้นมากเพียงใด และเขาคิดว่าเขาจะได้สิ่งนั้นมากเพียงใด โดยมีสมมติฐาน 4 ประการ ดังนี้

1. พลังในตัวบุคคลประกอบด้วยพลังจากสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรม
2. บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของตนในองค์การ
3. บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องประเภทของความต้องการ ความปรารถนา และเป้าหมาย

4. บุคคลทำการตัดสินใจระหว่างแผนเพื่อเลือก หรือทางเลือกหลาย ๆ ทางของพฤติกรรม โดยอยู่บนพื้นฐานของการรับรู้ของตนว่า พฤติกรรมเช่นนี้จะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามปรารถนาหรือไม่ ทฤษฎีของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959 : 79) แบ่งประเภทของความพึงพอใจออกเป็น 2 ลักษณะ ตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้แก่

1. ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่เกิดจากความมีสำนึกในการทำงาน ผลสัมฤทธิ์ ความเจริญเติบโตของงาน ความก้าวหน้า รายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เทคนิคการนิเทศงาน ความรับผิดชอบในการทำงาน นโยบายในการทำงาน นโยบายและการบริหารงานของหน่วยงาน สภาพของงาน ตัวของงานที่ทำ สภาพและปัจจัยส่วนตัวของผู้ทำงาน ตลอดจนความมั่นคงในการทำงาน ความพึงพอใจเบื้องต้นนี้สามารถสังเกตได้จากผลงานที่ทำ

2. ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ส่วนใหญ่จะเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากความรู้สึก เช่น ความรู้สึกอันเกิดจากสามัญสำนึกที่มีต่องานและผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้สึกที่มีต่อความเจริญเติบโตของงาน ต่อความรับผิดชอบในการทำงาน ต่อกลุ่มผู้ร่วมงาน ต่อการเพิ่มหรือลดความมั่นคงในการทำงาน ความรู้สึกที่มีต่อความยุติธรรม ความรู้สึกภูมิใจต่อความเสมอภาคหรือรู้สึกละอายต่อความไม่เสมอภาค รวมทั้งความรู้สึกที่มีต่อรายได้ที่ได้รับ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

41

ธีรวิทย์ ฉายภมร (2544 : 25) กล่าวถึง ทฤษฎีแสวงหาความพอใจว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความลำบาก อาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่า มนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical hedonism) ทฤษฎีนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อประโยชน์ของมวลมนุษย์ สังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

ความพึงพอใจคือ การที่มีความรู้สึกดี เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาจแบ่งตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้ตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธเกลียด เป็นต้น

ความหมายของคำว่าพึงพอใจ ในการศึกษาโดยทั่วไปนิยมทำการศึกษาใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของ ผู้ปฏิบัติงาน และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทัศนะ ดังนี้

**วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2526 : 174)** กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับระบบมโนทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกเลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการเกิดจากกระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วอลลาสทิน (Wallastein, 1971 : 25-26) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End state in felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

โวลแมน (Wolman, 1973 : 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation) ของตนได้รับการตอบสนอง

ทิฟฟิน และแม็กคอร์มิก (Tiffin & McCormick, 1975 : 349) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

จากความหมายข้างต้นนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของคนที่มีต่อเรื่องใด ๆ ต่างกันหรือเหมือนกันก็ได้ เช่น ความรู้สึกดี ไม่ดี พอใจ-ไม่พอใจ ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง

## 2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็นสำคัญ ตามแนวคิดตามพฤติกรรมศาสตร์ มีนักวิชาการหลายคนได้ให้แนวคิดและทฤษฎีที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ไว้มากมายความพึงพอใจ ได้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องพอสรุปได้ดังนี้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Needs Hierarchy Theory ) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ อับบราฮัม มาสโลว์(Abraham Maslow) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความจูงใจจากความต้องการของมนุษย์ โดยที่มองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเอง ซึ่งความต้องการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุด และความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไปหาสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นในระดับสูงต่อไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. 2541 : 311) ซึ่งมาสโลว์ได้นำความต้องการมาจัดเรียงลำดับขั้น จากขั้นต่ำไปขั้นสูง ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย และการนอน การพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่งซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดและความต้องการอื่นที่จะกระตุ้นบุคคลต่อไป



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

43

2. ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security. or safety needs) ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางร่างกาย และความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาคาร หรือที่อยู่อาศัย

3. ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation. or acceptance needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการการยกย่องจากตัวเองและจากบุคคลอื่น ความต้องการนี้เป็นความพึงพอใจ ในอำนาจ (Power) ความภาคภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) มาสโลว์ค้ำประกันว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะสามารถประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) (พระพงษ์ เกียรติตระกูล. 2543 : 11 ; อ้างอิงจาก Vroom. 1964. **Working and Motivation**) ได้นำแนวคิดทฤษฎีนี้มาจากหลายบุคคล ซึ่งนำโดย วรูม ได้อธิบายความพึงพอใจในแง่ที่ว่าบุคคลจะเกิดความพึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่างานนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ซึ่งบุคคลได้มีการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของสิ่งที่ได้รับ (รายได้ การส่งเสริมให้ก้าวหน้า สภาพการทำงานที่ดีขึ้น) บุคคลจึงเลือกงานที่นำผลลัพธ์เหล่านั้นมาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ บุคคลจะรู้สึกถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้น ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวังจึงอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐาน 4 ข้อ คือ

1. พฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงกดดันภายในบุคคลและสภาพแวดล้อม คนจะมีความต้องการ และความคาดหวังไม่เหมือนกันจะมีอิทธิพลต่อการตอบสนอง ต่อสภาพแวดล้อมของงานที่ไม่เหมือนกันจะทำให้คนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

2. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขาภายในองค์การ ซึ่งในการที่จะตัดสินใจเหล่านั้นอาจเป็นเรื่องของพฤติกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิก การมาทำงาน การอยู่ภายในสถานที่ทำงาน หรือ พฤติกรรมของการใช้กำลังพยายามจะทำงานหนักมากขึ้นแค่ไหน

3. บุคคลจะมีความต้องการ และเป้าหมายไม่เหมือนกัน บุคคลต่าง ๆ จะมีความพอใจผลลัพธ์ไม่เหมือนกัน การทำความเข้าใจ ความต้องการของพวกเขาจะนำไปสู่ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจูงใจ และให้ผลตอบแทนพวกเขาอย่างไรถึงจะดีที่สุด

4. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นทางเลือกโดยอยู่บน พื้นฐานของความคาดหวังของพวกเขาว่า พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมากขึ้นแค่ไหน



ไหน คนมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมในแนวทางที่พวกเขาเชื่อว่าจะได้รับผลตอบแทน และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่พวกเขาเองเห็นว่าจะก่อให้เกิดผลที่ติดลบที่ไม่ต้องการ

ทฤษฎีของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959 : 79) แบ่งประเภทของความพึงพอใจออกเป็น 2 ลักษณะตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้แก่

1. ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่เกิดจากความมีสำนึกในการทำงาน ผลสัมฤทธิ์ ความเจริญเติบโตของงาน ความก้าวหน้า รายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เทคนิคการนิเทศงาน ความรับผิดชอบในการทำงาน นโยบายในการทำงาน นโยบายและการบริหารงานของหน่วยงาน สภาพของงาน ตัวของงานที่ทำ สภาพและปัจจัยส่วนตัวของผู้ทำงาน ตลอดจนความมั่นคงในการทำงาน ความพึงพอใจเบื้องต้นนี้สามารถสังเกตได้จากผลงานที่ทำ

2. ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ส่วนใหญ่จะเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากความรู้สึก เช่น ความรู้สึกอันเกิดจากสามัญสำนึกที่มีต่องานและผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้สึกที่มีต่อความเจริญเติบโตของงาน ต่อความรับผิดชอบในการทำงาน ต่อกลุ่มผู้ร่วมงาน ต่อการเพิ่มหรือลดความมั่นคงในการทำงาน ความรู้สึกที่มีต่อความยุติธรรม ความรู้สึกภูมิใจต่อความเสมอภาคหรือรู้สึกละอายต่อความไม่เสมอภาค รวมทั้งความรู้สึกที่มีต่อรายได้ที่ได้รับ

จากทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบว่า ความพอใจของบุคคลจะเกิดขึ้นภายในตัวของแต่ละบุคคลซึ่งมีความคาดหวังในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถูกกำหนดด้วยประสบการณ์ของคน ๆ นั้น และเมื่อได้รับการตอบสนองความคาดหวังจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าได้รับการตอบสนองมากเกินไปความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจสูงสุด แต่ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันไม่เท่ากัน ทั้งนี้มาจากประสบการณ์ สถานการณ์ หรือแม้กระทั่งเป้าหมายของความคาดหวังนั้น ๆ

### 3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 3.1 งานวิจัยในประเทศ

**สุชาติ เจริญธรรม (2543 : บทคัดย่อ)** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสินเชื่อของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสินสาขาภาคปักษ์ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อเป็นเพศหญิงกับเพศชายเท่าเทียมกัน มีอายุ 31 ถึง 40ปี และ 41 ถึง 50 ปี ในสัดส่วนเท่ากัน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10.000 ถึง 15.000 บาท ผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ด้านความน่าเชื่อถือของสถาบัน ด้านความสะดวกในการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

45

ติดต่อ และด้านการมีจริยธรรมของพนักงาน และผู้ใช้บริการธุรกิจสินเชื่อที่มีเพศต่างกันอย่างต่างกัน หรือรายได้ต่อเดือนต่างกัน เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและเป็นรายการ 10 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการแตกต่างกัน

**สุทธานี พรพัฒนานนท์ (2543 : บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าของธนาคารจำนวน 220 ราย ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของลูกค้าระหว่างลูกค้าเพศชายและลูกค้าเพศหญิง พบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และการแจกของชำร่วย หรือของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความพึงพอใจของลูกค้าอาชีพต่าง ๆ ต่อการให้บริการของธนาคารในด้านสถานที่ด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านเทคโนโลยี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ธนวัฒน์ วัฒนเพ็ญไพบูลย์ (2544 : บทคัดย่อ)** การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ในเขตจังหวัดนครราชสีมาพบว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์คืออัตราดอกเบี้ยที่จะต้องมียอดดอกเบี้ยที่ต่ำรองลงมาคือจะต้องได้รับสัดส่วนของวงเงินสินเชื่อที่สูงเพื่อตอบสนองต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดีระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ควรมีประมาณ 5 ปี มีการบริการที่รวดเร็วของพนักงานการตลาดรถยนต์ อีกทั้งยังต้องมีอัยศาสตร์ดี สามารถตอบข้อซักถามหรือข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และสิ่งสำคัญอีกอย่างคือ ความมั่นคงของบริษัทเงินทุน ผู้ใช้บริการจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่า บริษัทใดมีความมั่นคงสูง ฐานะการเงินดี ในส่วนของค่าธรรมเนียมควรแจ้งให้ผู้บริการทราบถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และเงื่อนไขข้อกำหนดต่างๆ เพื่อที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติอันหนึ่งอันเดียวกัน

**อรรณพร คำคม (2546 : บทคัดย่อ)** ได้วิจัยเรื่องการให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์:ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในระดับปานกลางส่วนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับบริการสินเชื่อของธนาคารมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับเพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่ใช้บริการประเภทของการบริการสินเชื่อ และประสบการณ์จากการใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**วิมลศักดิ์ ขงหนู (2547 : บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานสาขา และลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์บริการธุรกิจอยุธยาธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของพนักงานสาขา ตั้งแต่ 5-10 ล้านบาท ร้อยละ 83.90 การเชิญเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการธุรกิจพบลูกค้าภายใน 1 สัปดาห์ ร้อยละ 45.20 และศูนย์บริการธุรกิจให้การสนับสนุนระดับปานกลาง ร้อยละ 54.80 ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ด้านเงินกู้ทั่วไป ร้อยละ 56.70 ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ร้อยละ 43.30 และการตอบสนองการให้บริการของลูกค้ามีระดับปานกลาง ร้อยละ 49.00 ส่วนความพึงพอใจของพนักงานสาขาในการใช้บริการสินเชื่อทางการตลาด มีระดับปานกลาง ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อมีระดับมาก และด้านบุคลากร มีระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับปานกลาง ด้านราคามีระดับปานกลาง ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อ มีระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับปานกลาง และด้านบุคลากรมีระดับมาก การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของพนักงานสาขา ทั้ง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและตำแหน่งงานต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่ต่างกัน ส่วนระดับประสบการณ์ทำงานต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันสำหรับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าทั้งเพศอายุ สถานภาพสมรสและรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาและประสบการณ์ทำงานต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่างกัน การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของพนักงานสาขา กับระดับความพึงพอใจ ด้านวงเงินสินเชื่อที่จัดส่ง การเจรจากับลูกค้า และการเจรจาให้ลูกค้าทำนิติกรรมสัญญา มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนทางการตลาดและการสนับสนุนสาขา มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน สำหรับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากับระดับความพึงพอใจด้านการรู้จักหรือเคยพบกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการธุรกิจ ประเภทกิจการหลักที่ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริหารจัดการสินเชื่อ และด้านบุคลากรมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

**จิราภา พรหมนิม (2548 : บทคัดย่อ)** ได้วิจัยพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสินภาคนครหลวง ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการให้บริการของลูกค้าในเรื่อง ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ตั้งแต่ 3-6 ปี ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการสินเชื่อเคหะ สาเหตุการมาใช้บริการ เนื่องจากความมั่นคง ชื่อเสียงธนาคาร การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/ญาติ มากที่สุด ลูกค้าสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ 4 ด้าน โดยมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสินเชื่อที่ให้บริการและมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนให้บริการสินเชื่อ และด้านสถานที่/วัสดุอุปกรณ์ ลูกค้าสินเชื่อ มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดองค์การ และด้าน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

47

การจูงใจมาใช้บริการ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน และด้านการควบคุมคุณภาพ ลูกค้ายินเชื่อที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อแตกต่างกันทุกด้าน ลูกค้ายที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่แตกต่างกัน และลูกค้ายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อ ด้านสินเชื่อที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายินเชื่อที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกันทุกด้าน ลูกค้ายที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการจูงใจมาใช้บริการ และด้านการควบคุมคุณภาพไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการจัดองค์การ และด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกันลูกค้ายที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหาร ด้านการจูงใจมาใช้บริการไม่แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน และด้านการจูงใจมาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน 6) ลูกค้ายินเชื่อที่มีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่อง ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ สาเหตุการมาใช้บริการ และการรับรู้ข่าวสาร แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อไม่แตกต่างกันทุกด้าน ส่วนลูกค้ายินเชื่อที่มีพฤติกรรม การใช้บริการในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้ายที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสินเชื่อแตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านสถานที่/วัสดุอุปกรณ์ 7) สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ของลูกค้ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนเพศ และอายุของลูกค้าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ 8) การบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจมาใช้บริการ และการควบคุมคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้ายินเชื่อธนาคารออมสิน

**สรุป ประเด็น (2548 : บทคัดย่อ)** ได้ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้ายที่ใช้บริการธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ายในเรื่องสาเหตุการมาใช้บริการ พบว่า ลูกค้ายใช้บริการเนื่องจาก สะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานมากที่สุดจำนวนครั้งการมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือนมากที่สุด ลูกค้ายมาใช้บริการฝาก/ถอนมากที่สุดระยะเวลาการเป็นลูกค้ายตั้งแต่ 3-4 ปีมากที่สุดและช่วงเวลาที่ลูกค้ายมาใช้บริการมากที่สุดคือ 11.30-13.00น. 2) ลูกค้ายที่ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ และด้านอาคาร/สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ลูกค้ายที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

48

ที่มีระดับการศึกษาสูงและรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน 4) ลูกค้ำที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน และลูกค้ำที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษาสูงแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้ำ แตกต่างกัน และมีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องจำนวนครั้งในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน 5) ลูกค้ำที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการได้แก่ สาเหตุการให้บริการจำนวนครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้ำ ช่วงเวลาที่ลูกค้ำใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไม่แตกต่างกัน

**ลักขณา อินทร์ยา (2549 : บทคัดย่อ)** ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้ำสินเชื่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำสินเชื่อมาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ำสินเชื่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปีจบการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 8.000-15.000 บาท 2) ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านระบบบริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลกรายได้ต่อเดือนของลูกค้ำสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่อย่างมีนัยสำคัญด้านสถิติที่ระดับ 0.040 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ และด้านระบบบริการ โดยภาพรวมของด้านตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้ำสินเชื่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

**ประชา พ่อสุวรรณ (2554 : บทคัดย่อ)** ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 31 – 35 ปี อยู่ในสถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20.001 – 30.000 บาท พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการจาก บมจ. ธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ใช้รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้ามากที่สุด มีการหาข้อมูลจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการบ้าง พนักงานบริษัทเป็นสื่อ





โฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด เหตุผลส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาจากความน่าเชื่อถือของธนาคาร วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติอยู่ระหว่าง 400.001 – 600.000 บาท จำนวนงวดการชำระเงินคือ 72 งวด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร-ความมั่นคงของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการอนุมัติสินเชื่อ- อัตราดอกเบี้ยต่ำ ค่าเฉลี่ย 4.27 ปัจจัยด้านบุคลากร- พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการสินเชื่อ ค่าเฉลี่ย 4.15 ปัจจัยด้านการให้บริการ- สะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง- สถานที่จอดรถสะดวก. เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.95 และปัจจัยด้านการตลาด- การประชาสัมพันธ์ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ จากการทดสอบไคสแควร์ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์- ปริมาณเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้มากเกินไป รองลงมาคือ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านการให้บริการ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านกายภาพ- ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร ตามลำดับ

### 3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มาเซียโร (Maziero, 2000 : Abstract) ได้ศึกษาเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ธนาคารพาณิชย์ (Franchising in commercial banking) จากการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การเสนอบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าให้กับลูกค้าด้วยต้นทุนการบริหารงานและเงินทุนครั้งแรกที่ต่ำนั้น เป็นปัจจัยให้ธนาคารสร้างความได้เปรียบในภาวะการตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นจึงมุ่งเน้นไปที่เรื่องของสาขา ระบบเครือข่ายของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นหนทางในการลดข้อจำกัดในการเผชิญกับปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายในการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งใช้วิธีดำเนินการแบบเดิม คือการเป็นเจ้าของกิจการ และตู้เอทีเอ็ม จึงมีข้อเสียเปรียบ 2 ข้อ คือ 1) ขาดความยืดหยุ่นในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า 2) การเจริญเติบโตมีข้อจำกัด ดังนั้นการในการลดข้อเสียเปรียบทั้ง 2 ข้อดังกล่าว มาเซียโร เสนอการนำระบบลิขสิทธิ์ (Franchise) มาใช้โดยอธิบายถึงตัวแบบของระบบลิขสิทธิ์ (Franchise model) สำหรับธนาคารพาณิชย์ในด้านของธนาคารพาณิชย์กับผู้เข้าซื้อลิขสิทธิ์ ความสำคัญอยู่ที่การออกแบบที่มุ่งใจอันนำไปสู่ผลกำไรและได้รวบรวมคำอธิบายเรื่องผลกำไรและความเสี่ยงในการนำระบบใหม่นี้มาใช้ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของธนาคาร จึงต้องมีการประชุมในเบื้องต้นถึงกระบวนการประยุกต์ใช้ระบบลิขสิทธิ์



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

50

ยามากาตะ (Yamagata. 2002 : Abstract) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านความรู้ของธุรกิจธนาคาร (Knowledge management in banking industry) โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างธนาคารของประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเคยประสบปัญหาที่เลวร้ายในยุคของธุรกิจฟองสบู่แตกคล้ายกัน โดยหลังจากธนาคารของสหรัฐอเมริกาได้มีการปรับโครงสร้างและมุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจหลักของธนาคาร เน้นกำไร ขนาด และความมั่นคง ส่วนธนาคารของญี่ปุ่นมีการรวมกิจการหลายๆ ธนาคารเข้าด้วยกัน จากการศึกษาพบว่า ทรัพยากรบุคคลและความรู้จากภายในและภายนอกองค์กรเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจธนาคาร โดยการเปรียบเทียบจะเห็นว่า 1) ระบบการจ้างงานและโครงสร้างองค์กรเป็นกุญแจสำคัญทำให้รู้ว่าการบริหารจัดการด้านความรู้นั้นขึ้นอยู่กับพนักงานและองค์กร 2) การบริหารจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ โดยธนาคารจะให้ความสำคัญในการทำให้ลูกค้ามีความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร 3) ทักษะความรู้จากแหล่งภายนอกองค์กรเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับธุรกิจธนาคาร เนื่องจากความก้าวหน้าในด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีและการแข่งขันที่รุนแรง

เฮนรี (Henry. 2004 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการบริการเทคโนโลยี การศึกษาครั้งนี้ได้พิจารณาถึงความคิดเห็นของลูกค้า นักธุรกิจเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของการให้คำปรึกษา แนะนำในเรื่องเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้คือคุณภาพบริการด้านการตลาด (Servqual) ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของธนาคารในประเทศสหรัฐอเมริกา นักลงทุน นายหน้า หน่วยงานทางทหารของประเทศสหรัฐอเมริกาและบริษัทประกันภัย ซึ่งมีทรัพย์สินอย่างน้อย 1 ล้านดอลลาร์ สมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้คือการปรับปรุงด้านบริการจะปรับปรุงความพึงพอใจด้วย ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์เล็กน้อยระหว่างความคิดเห็นต่อความคาดหวังและความพึงพอใจ แม้ว่าผู้ใช้บริการคาดหวังต่อการปรับปรุงการให้บริการ เครื่องมือในการศึกษาไม่สามารถอธิบายถึงความคาดหวังในระดับสูงของผู้ใช้บริการได้และอาจไม่เหมาะสมสำหรับการวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการด้านเทคโนโลยี สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจำเป็นต้องทำความเข้าใจในข้อกำหนดของลูกค้าให้มากขึ้น