

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ และ เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการทางด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 94 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 94 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานมากที่สุดคือ 16-20 ปี ตำแหน่งงานคือ เจ้าของกิจการ ประเภทของธุรกิจ คือ อุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ ส่วนใหญ่ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท มีลูกค้าหลักของธุรกิจมากที่สุดคือ ยุโรป และอเมริกา ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศมากที่สุดคือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

โดยประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศ (ด้านการส่งออก) กับธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการ คือ บริการเงินโอนเข้าเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ และลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธุรกิจ คือ ใช้บริการเป็นประจำ เนื่องจากมียอดการส่งออกเป็นประจำ

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมากที่สุดคือ ด้านราคา ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน รองลงมา มีการให้บริการที่รวดเร็ว และเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ค่าเฉลี่ยระดับความ สำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น รองลงมา อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น และอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย รองลงมา ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน และจำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีมาก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ค่าเฉลี่ยระดับความ สำคัญเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอักษาศัพท์ไม่ตรีดี รองลงมา มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และ มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

สำหรับเหตุผลที่ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน ลำดับแรก เพราะ ต้องการใช้บริการกับธนาคารชั้นนำที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ลำดับสอง เพราะ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น และ ลำดับสาม เพราะ อัตราแลกเปลี่ยนสามารถต่อรองได้

**ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน**

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน ต่ำกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองขอลด อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ สูงกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่าน ทางอินเทอร์เน็ตได้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ไม่สะดวกต่อการเดินทาง สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญที่พบปัญหาในระดับน้อย

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจ** ของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

**4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจของ** ผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี

**4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงานเจ้าของกิจการ และตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน มีการให้บริการที่รวดเร็ว เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้อง

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน และผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ในระดับมากที่สุดในเรื่อง สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงานเจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุดในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงานเจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากในเรื่อง มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูล ข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และพนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี

**4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจ** ของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท และ 500,000-1,000,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มี การให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และ มีการให้บริการที่รวดเร็ว ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน มีการให้บริการที่รวดเร็ว เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน และจำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีมาก ผู้ตอบแบบสอบถามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาทให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง การติดต่อทางโทรศัพท์ทำได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอรรถยาศัยไม่ตรีดี

**ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน ปัจจุบัน จำแนกตามเพศ ตำแหน่ง และยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน**

**5.1 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน**

**ปัจจุบัน จำแนกตามเพศ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อย ในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

**5.2 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน**

**ปัจจุบัน จำแนกตามตำแหน่งงาน**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางในเรื่องมีการให้บริการที่ล่าช้า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางในเรื่อง ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยากไม่มีความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายส่งออก และตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางในเรื่อง การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากในเรื่อง อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น ผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับปานกลางในเรื่อง ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับปานกลางในเรื่อง ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ และ ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกล สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต และไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่ได้เป็นสปอนด์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก และไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียมการจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก และไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

### 5.3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน

ปัจจุบัน จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ระดับของปัญหาเกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัล ในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของปัญหา ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของ ปัญหาทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับ ของปัญหาในระดับน้อย

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท และ 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหาทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของปัญหาเกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น และวงเงินที่ธนาคารให้ไม่ ตรงตามความต้องการของลูกค้า ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ระดับของปัญหาเกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง วงเงินที่ ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก ที่ให้ระดับของ ปัญหาในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท และ 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหาทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ระดับของปัญหาเกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการ โฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า พนักงานที่ ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีธรรมาภิบาลที่ดี และไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วง เทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของปัญหาทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบ แบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหา เกือบทุกปัจจัยย่อย ในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับ ของปัญหาในระดับน้อย



## อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา พิพัฒน์ เรื่องสวัสดิ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านการส่งออกของลูกค้านานาชาติกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความมั่นคงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร มีสินเชื่อด้านการส่งออกหลายประเภทให้เลือก มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับผู้ขอสินเชื่อ มีเงื่อนไขพิเศษต่างๆ ในการขอสินเชื่อ ทั้งนี้เกิดจากการให้บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วนและรวดเร็วเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากกว่าเรื่องของความมั่นคงและความชื่อเสียงของธนาคาร ดังนั้นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านนี้จึงเป็นสิ่งที่ธนาคารฯ ต้องควรพิจารณาปรับแก้ไขและให้ความสำคัญเช่นกัน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาพิพัฒน์ เรื่องสวัสดิ์ (2547) พบว่าปัจจัยด้านราคาที่ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยต่ำ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ อัตราส่วนลดรับต่ำ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง ติดต่อกับโทรศัพท์ได้ง่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาพิพัฒน์ เรื่องสวัสดิ์ (2547) พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ สถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ลูกค้า ทั้งนี้เกิดจากรื่องของการติดต่อกับโทรศัพท์การติดต่อได้สะดวก ติดต่อกับโทรศัพท์ได้ง่าย เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากกว่าเรื่องความสะดวกของสถานที่จอดรถ เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารในส่วนงานนี้ลูกค้าจะใช้วิธีการติดต่อกับโทรศัพท์มากกว่าการมาติดต่อที่ธนาคารโดยตรง ดังนั้นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในด้านนี้จึงเป็นสิ่งที่ธนาคารฯ ต้องควรพิจารณาปรับแก้ไขและให้ความสำคัญเช่นกัน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานที่ให้บริการด้านการค้า

ต่างประเทศมีอัยาศัยไมตรีดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา พิพัฒน์ เรืองสวัสดิ์ (2547) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง การให้ข้อมูลและการให้คำแนะนำโดยพนักงานที่สาขา พนักงานออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งนี้เกิดจาก การที่ลูกค้าต้องติดต่อกับพนักงาน ซึ่งพนักงานที่ให้บริการการค้าต่างประเทศจึงต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีอัยาศัยไมตรีที่ดี จึง เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากกว่าเรื่อง การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานที่สาขา เพราะลูกค้าไม่ได้มาติดต่อกับสาขา เมื่อโทรมาติดต่อทางโทรศัพท์ก็ต้องการให้พนักงานให้บริการด้วย อัยาศัยไมตรีดี ดังนั้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านนี้จึงเป็นสิ่งที่ธนาคารฯ ต้องควรพิจารณาปรับแก้ไข และให้ความสำคัญเช่นกัน

เมื่อนำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาเรียงลำดับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย มีดังนี้

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับความสำคัญ
มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน	ผลิตภัณฑ์	4.80 (มากที่สุด)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	ผลิตภัณฑ์	4.64 (มากที่สุด)
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย	ช่องทางการจัด จำหน่าย	4.53 (มากที่สุด)
เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย	ผลิตภัณฑ์	4.39 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	ช่องทางการจัด จำหน่าย	4.33 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น	ราคา	4.32 (มาก)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยหลักส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับ ความสำคัญ
มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษาถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	ผลิตภัณฑ์	4.26 (มาก)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี	การส่งเสริมการตลาด	4.26 (มาก)
อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น	ราคา	4.23 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.23 (มาก)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีมาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.19 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น	ราคา	4.16 (มาก)
ชื่อเสียงของธนาคาร	ผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)
มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การค้าต่างประเทศด้านการส่งออก	ผลิตภัณฑ์	4.04 (มาก)
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	4.03 (มาก)
วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	ราคา	4.01 (มาก)
สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.97 (มาก)
สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้	ราคา	3.93 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91 (มาก)
สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้	ราคา	3.82 (มาก)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยหลักส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับ ความสำคัญ
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.73 (มาก)
มีการจัดการสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	การส่งเสริมการตลาด	3.57 (มาก)
มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	3.52 (มาก)
การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	การส่งเสริมการตลาด	3.47 (ปานกลาง)
มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	การส่งเสริมการตลาด	3.23 (ปานกลาง)
ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	ผลิตภัณฑ์	3.21 (ปานกลาง)
มีการจัดทำคูปองส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	3.21 (ปานกลาง)
มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	การส่งเสริมการตลาด	3.11 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	การส่งเสริมการตลาด	2.99 (ปานกลาง)
มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	ราคา	2.83 (ปานกลาง)
เป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก	การส่งเสริมการตลาด	2.77 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการมีผลในการตัดสินใจใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศธนาคารพาณิชย์สูงสุดลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าปัจจัยด้านอื่น ดังนั้น ธนาคาร

พาณิชย์ ควรให้ความสำคัญในการพิจารณาปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในเรื่องของ การให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีบริการที่รวดเร็ว และการนำเทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศในลำดับต่อมาคือ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นปัจจัยที่ต้องพิจารณาให้ ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของการติดต่อทางโทรศัพท์ให้โทรติดต่อได้ง่าย

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศในลำดับต่อมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น ซึ่งเป็นปัจจัยด้านราคา ดังนั้นธนาคารผู้ให้บริการจึงต้องชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและไม่รู้สึกว่าอัตราค่าธรรมเนียมสูงกว่าสถาบันการเงินอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับของปัญหา
อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น	ราคา	3.43 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้	ราคา	3.41 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น	ราคา	3.38 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้	ราคา	3.37 (ปานกลาง)
วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	ราคา	3.26 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น	ราคา	3.18 (ปานกลาง)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.14 (ปานกลาง)

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับของปัญหา
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	ส่งเสริมการตลาด	3.13 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ล่าช้า	ผลิตภัณฑ์	3.09 (ปานกลาง)
การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร	ผลิตภัณฑ์	3.04 (ปานกลาง)
การติดต่อทางโทรศัพท์ทำได้ไม่สะดวก เช่น โทรติดยาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.02 (ปานกลาง)
ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้	ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.98 (ปานกลาง)
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยาก ไม่มีความปลอดภัย	ผลิตภัณฑ์	2.96 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.96 (ปานกลาง)
ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	ส่งเสริมการตลาด	2.94 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ผิดพลาด ไม่ครบถ้วน	ผลิตภัณฑ์	2.90 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.90 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	ส่งเสริมการตลาด	2.90 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.89 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษาถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	ผลิตภัณฑ์	2.87 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	ส่งเสริมการตลาด	2.83 (ปานกลาง)

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับของปัญหา
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มี อัธยาศัยไมตรีที่ดี	ส่งเสริมการตลาด	2.79 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขาย ต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัด งานสัมมนาแก่ผู้ออก	ส่งเสริมการตลาด	2.78 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน	ช่องทางการจัด จำหน่าย	2.74 (ปานกลาง)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อ สังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	ส่งเสริมการตลาด	2.68 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่าน ทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	ผลิตภัณฑ์	2.65 (ปานกลาง)
ไม่ได้เป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก	ส่งเสริมการตลาด	2.63 (ปานกลาง)
ไม่มีการโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	ส่งเสริมการตลาด	2.59 (ปานกลาง)
ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้าน การค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	ผลิตภัณฑ์	2.48 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	ส่งเสริมการตลาด	2.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาที่  
ต่อการมีผลในการตัดสินใจใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศธนาคารพาณิชย์เป็นปัจจัยย่อยของ  
ปัจจัยด้านราคา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาต่อปัจจัยด้านราคามากกว่าปัจจัยด้านอื่น  
ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ควรให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาปัจจัยด้านราคา

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดประเภทธุรกิจเป็น อุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ โดยมียอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท โดยลูกค้าหลักของธุรกิจ คือ ยุโรป และ อเมริกา
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศ (ด้านการส่งออก) ที่ใช้กับสถาบันการเงินคือ บริการเงินโอนขาเข้าเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ โดยลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธุรกิจคือ ใช้บริการเป็นประจำเนื่องจากมียอดการส่งออกเป็นประจำ
3. เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันอันดับหนึ่งคือ ต้องการใช้บริการกับธนาคารชั้นนำที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ
4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดในเรื่องมีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว และให้ความสำคัญเรื่องมีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ น้อยที่สุด
5. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งกรรมการผู้จัดการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดในเรื่อง สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้ ในขณะที่กลุ่มตำแหน่งอื่นให้ความสำคัญในระดับมากเท่านั้น และกลุ่มผู้จัดการฝ่ายส่งออกให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่อง สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้
6. ปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย
7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับมากในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และมีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า



8. ปัญหาด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับ มากเกือบทุกเรื่อง ขณะที่เพศหญิงให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับปานกลาง และตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมากในเรื่อง อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น ส่วน ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมากในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่า ธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่า ธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ และไม่สามารถต่อรองขอลดอัตรา ค่าธรรมเนียมได้ ในขณะที่กลุ่มตำแหน่งอื่นที่เหลือให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับปานกลาง และพบว่ากลุ่มที่ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000 -1,000,000 บาท ให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับ มากในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น และไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ ไม่ สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ ในขณะที่กลุ่มยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนอื่นที่เหลือให้ ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับปานกลาง

9. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตำแหน่งกรรมการผู้จัดการให้ ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมากในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ท่าเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่าน ทางอินเทอร์เน็ตได้ และติดต่อทางโทรศัพท์โทรติดยาก ในขณะที่กลุ่มตำแหน่งอื่นที่เหลือให้ ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับปานกลาง

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออก ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ศึกษา มี ข้อเสนอแนะ โดยพิจารณาแต่ละปัจจัยดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการ ให้บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน มีการให้บริการที่รวดเร็ว ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ธนาคารผู้ ให้บริการควรให้ความสำคัญในการให้บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว โดยจะต้องรักษาระดับการ ให้บริการให้ได้มาตรฐาน ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีปัญหา เกิดขึ้นก็สามารถที่จะให้คำแนะนำและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันต่อเวลาและให้สอดคล้องกับ ความ ต้องการของลูกค้า ควบคู่ไปกับการสร้างความประทับใจในการบริการที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจในการได้รับบริการแล้ว ก็อาจจะแนะนำให้ผู้ส่งออกรายอื่นมา ใช้บริการต่อไปได้

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก เช่น โทรติดง่าย ในระดับมากที่สุด ดังนั้นธนาคารผู้ให้บริการควรมีเบอร์โทรศัพท์ที่ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศอย่างน้อย 2-3 เบอร์ขึ้นไป เพราะในระหว่างวันลูกค้าอาจจะโทรศัพท์มาติดต่อพร้อมกันหลายรายทำให้อาจเกิดปัญหาโทรติดยาก และจะต้องมีพนักงานธนาคารอยู่ประจำที่ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศตลอดเวลาทำการของธนาคารในแต่ละวันด้วย (ถึงแม้ตอนพักเที่ยงก็ควรมีพนักงานอยู่ประจำที่ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศอย่างน้อย 1 คน) เพื่อให้ลูกค้าจะสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกและรับบริการได้ทันต่อความต้องการ สำหรับ ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่พบว่า กลุ่มตำแหน่งกรรมการผู้จัดการให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมากในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ดังนั้นธนาคารจึงควรที่จะเน้นการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อสนับสนุนแก่ความต้องการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าที่อยู่ไกลและไม่สะดวกต่อการเดินทาง เมื่อทำธุรกรรมทางด้านการค้าต่างประเทศเสร็จสิ้นแล้วควรส่งเอกสารหรือใบเสร็จให้ลูกค้าทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ทันทีเพื่อความรวดเร็ว ส่วนการจัดส่งเอกสารฉบับจริงควรส่งให้ลูกค้าทางไปรษณีย์ตามไปในภายหลัง

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น ดังนั้น ธนาคารผู้ให้บริการควร แจ้งให้ลูกค้าได้เข้าใจถึงค่าธรรมเนียมต่างๆ ซึ่งการเก็บค่าธรรมเนียมของธนาคารทั่วไปจะเป็นอัตราที่สำนักงานใหญ่ได้กำหนด โดยใช้วิธีการปิดประกาศอัตราค่าธรรมเนียมให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจนและง่ายต่อความเข้าใจ ในส่วนของพนักงานผู้ให้บริการ ก็ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงค่าบริการด้วย ทั้งนี้ธนาคารสามารถที่จะปรับลดค่าธรรมเนียมต่างๆลงให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าได้ โดยพิจารณาจากปริมาณธุรกิจ รายได้ หรือผลประโยชน์ของลูกค้าว่าดีหรือไม่ ถ้าเห็นว่าสมควรปรับลด จึงทำเรื่องนำเสนอไปยังผู้บริหารระดับสูงของธนาคารให้อนุมัติต่อไป

สำหรับปัญหาด้านราคา ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมากเกือบทุกเรื่อง ทางธนาคารควรที่จะชี้แจงไปยังลูกค้ากลุ่มนี้ว่า การจะปรับลดค่าธรรมเนียมในการให้บริการ การปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อ การให้วงเงิน และ การต่อรองเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน ทางธนาคารจะพิจารณาจากปริมาณธุรกิจที่ลูกค้ามาใช้บริการกับทางธนาคารด้วย อย่างไรก็ตามถ้าลูกค้ากลุ่มนี้มีปริมาณธุรกิจกับธนาคารในจำนวนที่มาก นอกจากจะทำเรื่องอนุมัติขอลดค่าธรรมเนียมหรือปรับลดอัตราดอกเบี้ยหรือเพิ่มวงเงินหรือสามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้แล้ว ควรจะมีของสมมาคุณให้กับลูกค้ากลุ่มเพศชายนี้ด้วย โดยของสมมาคุณควรเป็นของที่เพศชายให้ความสนใจหรือเข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อเป็นการจูงใจให้มาใช้บริการและทำให้รู้สึกว่

คุ่มค่าที่ได้มาใช้บริการ เช่น สินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยี อุปกรณ์กีฬา หรือรับบัตรกำนัลรับประทาน  
อาหารจากร้านอาหารชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัตราดี ดังนั้นธนาคารผู้ให้บริการจึงควรมีการจัดการอบรมความรู้ทางการค้าต่างประเทศและจัดการอบรมการให้บริการแก่ลูกค้าให้เกิดความประทับใจให้กับพนักงานที่ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพราะเมื่อพนักงานมีความรู้เต็มที่แล้วก็จะสามารถให้ข้อมูลและให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความมั่นใจ มีบุคลิกภาพที่ดี มีรอยยิ้มและมีอัตราขายไม่ตรีที่ดีให้แก่ลูกค้า และควรจะมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ทางการค้าต่างประเทศให้ทันต่อสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อลูกค้าจะได้ทราบและติดตามข้อมูลข่าวสารด้านการค้าต่างประเทศได้ทันต่อเวลา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved