

บทที่ 5

ผลการศึกษา

การศึกษา มีผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เช่น ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน การนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบ ประเภทสินค้าที่นำเข้า รวมถึงประเทศที่นำเข้า การส่งออกสินค้าและวัตถุดิบ ประเภทสินค้าที่ส่งออก ประเทศที่ส่งสินค้าออก และการใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ในด้านต่างๆ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงินกับธนาคารพาณิชย์ โดยแสดงการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ปัจจุบัน ความคาดหวังของผู้ประกอบการ หากเข้ารับบริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 3 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ สาเหตุที่ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ปัจจุบัน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น หลังจากใช้บริการแล้ว

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

โดยทั้ง 4 ส่วน ได้ออกแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในเขตส่งออกที่ยังดำเนินกิจการอยู่ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2543 จำนวน 44 ราย ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

5.1.1 ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงาน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีมากที่สุด ถึง ร้อยละ 38.64 รองลงมามีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 50 – 100 ล้านบาท ร้อยละ 29.55 และทุนจดทะเบียน 101 – 200 ล้านบาท กับ ทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 15.91

จำนวนพนักงานของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีพนักงานไม่เกิน 200 คน มีมากที่สุด ร้อยละ 43.18 รองลงมา มีจำนวนพนักงานมากกว่า 600 คนขึ้นไป ร้อยละ 22.73 และจำนวนพนักงานที่อยู่ระหว่าง 201 – 400 คน ร้อยละ 18.18 ตามลำดับ ถ้าเปรียบเทียบจุดทะเบียนกับจำนวนพนักงานของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีมากถึงร้อยละ 38.64 ของผู้ประกอบการทั้งหมด (ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 200 คน มากที่สุด) รองลงมาเป็นผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 50 – 100 ล้านบาท ร้อยละ 29.55 (ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 200 คน และจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 401 – 600 คน มากที่สุด) (ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานของผู้ประกอบการ ณ ธันวาคม 2543

ทุนจดทะเบียน	จำนวนพนักงาน (คน)				จำนวน (ราย)
	1 -200	201 - 400	401 - 600	> 600 ขึ้นไป	
น้อยกว่า 50 ล้านบาท	12 (27.27)	4 (9.09)	1 (2.27)	-	17 (38.64)
50 - 100 ล้านบาท	4 (9.09)	3 (6.82)	4 (9.09)	2 (4.55)	13 (29.55)
101 - 200 ล้านบาท	2 (4.55)	1 (2.27)	1 (2.27)	3 (6.82)	7 (15.91)
มากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป	1 (2.27)	-	1 (2.27)	5 (11.36)	7 (15.91)
รวม	19 (43.18)	8 (18.18)	7 (15.91)	10 (22.73)	44 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของผู้ประกอบการทั้งหมด

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.2 ประเภทอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออก

ผู้ประกอบการทั้งหมดในเขตอุตสาหกรรมส่งออก มีจำนวน 44 ราย สามารถจำแนกตามประเภทของการผลิต ได้ดังนี้คือ เป็นผู้ผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ มากถึงร้อยละ 45.45 รองลงมาคือผลิตสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ร้อยละ 25.00 และผลิตสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับ กับสินค้าประเภทเครื่องหนัง ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 9.09 (ตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2 ประเภทอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการในเขตส่งออก ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	20	45.45
2.อุตสาหกรรมการเกษตร	1	2.27
3.อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	-	-
4.อุตสาหกรรมก่อสร้าง	-	-
5.อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์	11	25.00
6.อุตสาหกรรมแปรรูปไม้	1	2.27
7.อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	4	9.09
8.อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	4	9.09
9.อุตสาหกรรมอื่นๆ (ผ้าไหม, ตาข่ายลวดถัก, ส่วนประกอบชุดชั้นในสตรี)	3	6.82
รวม	44	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.3 การนำเข้าสินค้าวัตถุดิบ และเครื่องจักร

ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีการนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบ 2 ประเภทด้วยกัน คือ หนึ่ง นำเข้าสินค้าและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และสอง นำเข้าเครื่องจักร ซึ่งการนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบนั้น พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบมูลค่ามากกว่า 500 ล้านบาท มีมากที่สุด ถึงร้อยละ 29.55 ของผู้ประกอบการทั้งหมด รองลงมานำเข้าสินค้าและวัตถุดิบมูลค่า

ค่าน้อยกว่า 50 ล้านบาท และ 50.1 – 200 ล้านบาท ร้อยละ 25.00 และผู้ประกอบการที่ไม่มี การนำ
เข้าสินค้าและวัตถุดิบเลย ร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

ส่วนของการนำเข้าเครื่องจักร พบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่มี การนำเข้าเครื่องจักรเลย มีถึง
ร้อยละ 56.82 ของผู้ประกอบการทั้งหมด และมีการนำเข้าเครื่องจักรมูลค่าน้อยกว่า 50 ล้านบาท
มากที่สุด ร้อยละ 18.18 รองลงมานำเข้าเครื่องจักรมูลค่าอยู่ระหว่าง 200.1 – 500 ล้านบาท ร้อยละ
13.64 (ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.3 มูลค่าการนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบกับเครื่องจักรของผู้ประกอบการ ณ ธันวาคม 2543

มูลค่านำเข้า	สินค้าและวัตถุดิบ		เครื่องจักร	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ไม่มีการนำเข้า	1	2.27	25	56.82
2. น้อยกว่า 50 ล้านบาท	11	25.00	8	18.18
3. 50.1 - 200 ล้านบาท	11	25.00	3	6.82
4. 200.1 - 500 ล้านบาท	8	18.18	6	13.64
5. มากกว่า 500 ล้านบาทขึ้นไป	13	29.55	2	4.55
รวม	44	100.00	44	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.4 ประเภทสินค้าที่นำเข้า

ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าประเภทอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กับสินค้าประเภท
เครื่องจักรและส่วนประกอบ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 25.35 ของรายการสินค้าที่นำเข้าทั้ง
หมด รองลงมานำเข้าสินค้าประเภทแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 9.84 และสินค้าประเภทผลิต
ภัณฑ์หนัง ร้อยละ 5.62 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4 ประเภทสินค้าที่นำเข้าของผู้ประกอบการ ณ ธันวาคม 2543

ประเภทสินค้านำเข้า	จำนวน (รายการ)	ร้อยละ	ลำดับ
1. อุปกรณ์ / ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	18	25.35	1
2. เครื่องจักรและส่วนประกอบ	18	25.35	1
3. แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์	7	9.84	2
4. ผลิตภัณฑ์หนัง	4	5.62	3
5. คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	2	2.82	4
6. สินค้าเกษตร (วาซาบิ, เมล็ดมันฝรั่ง, น้ำมันหอมระเหย, ขนแพะ, ขนแกะ)	2	2.82	4
7. วัตถุดิบประเภทเหล็กกล้า	2	2.82	4
8. ลวดตาข่ายเหล็ก	2	2.82	4
9. อลูมิเนียมแท่ง	2	2.82	4
10. สารเคมี, ตัวทำละลาย	2	2.82	4
11. เลนส์, แก้ว (glass)	2	2.82	4
12. สี, ชิ้นส่วนประกอบหัวไม้กอล์ฟ	2	2.82	4
13. ผลิตภัณฑ์ไม้	1	1.41	5
14. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอิเล็กทรอนิกส์	1	1.41	5
15. วัตถุดิบชิ้นส่วนไฟแช็ค	1	1.41	5
16. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเช่นผงอลูมินา	1	1.41	5
17. ผ้า	1	1.41	5
18. น้ำยาเคมีใช้ในการชุบเคลือบผิวโลหะ	1	1.41	5
19. แป้ง	1	1.41	5
20. เพชรดิบ	1	1.41	5
รวม	71	100.00	

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการแต่ละรายจะนำเข้าสินค้าวัตถุดิบและเครื่องจักรมากกว่า 1 รายการ
ที่มา : จากการศึกษา

5.1.5 แหล่งที่นำเข้า

ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าจากญี่ปุ่น มากที่สุด ถึงร้อยละ 30.30 รองลงมามีนำเข้าสินค้าจากประเทศในกลุ่มอาเซียน ร้อยละ 14.14 และนำเข้าจากไต้หวัน จีนและฮ่องกง ร้อยละ 13.13 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5 การนำเข้าของผู้ประกอบการจำแนกตามแหล่งที่นำเข้า ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวน (รายการ)	ร้อยละ	ลำดับ
1. เอเชียตะวันออก			
- ญี่ปุ่น	30	30.30	1
- ไต้หวัน	13	13.13	3
- เกาหลีใต้	4	4.05	7
- จีนและฮ่องกง	13	13.13	3
2. อาเซียน	14	14.14	2
3. สหภาพยุโรป	10	10.10	4
4. อเมริกา	7	7.07	5
5. โอเชียเนีย (ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์)	7	7.07	6
6. แอฟริกา (เอริโอเปีย)	1	1.01	8
รวม	99	100.00	

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการแต่ละรายจะนำเข้าจากประเทศต่างๆ มากกว่า 1 รายการ

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.6 การส่งออกสินค้าวัตถุดิบ และเครื่องจักร

ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือมีการส่งออกสินค้าและวัตถุดิบ 2 ประเภท เช่นกัน คือ หนึ่ง การส่งออกสินค้าที่ผลิต และสอง การส่งออกเครื่องจักร ซึ่งการส่งออกสินค้าที่ผลิตนั้น พบว่า ผู้ประกอบการที่ส่งสินค้าออกมีมูลค่าอยู่ระหว่าง 200.1 - 500 ล้านบาท กับ มูลค่า

มากกว่า 500 ล้านบาทขึ้นไปมีมากที่สุด ถึงร้อยละ 31.82 รองลงมามีมูลค่าส่งออกอยู่ระหว่าง 50.1 – 200 ล้านบาท ร้อยละ 20.45 และผู้ประกอบการที่ไม่มี การส่งออกสินค้าและวัตถุดิบเลยมีร้อยละ 4.55 เนื่องจากสินค้าที่ผลิตได้นั้นจะขายให้แก่ผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆในประเทศ

ด้านการส่งออกเครื่องจักร พบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่มี การส่งออกเครื่องจักรเลย มีมากที่สุดถึงร้อยละ 88.64 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการที่ส่งออกเครื่องจักรมูลค่าอยู่ระหว่าง 50.1 – 200 ล้านบาท ร้อยละ 9.09 และส่งออกเครื่องจักรมูลค่าน้อยกว่า 50 ล้านบาท ร้อยละ 2.27 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 มูลค่าการส่งออกสินค้ากับเครื่องจักรของผู้ประกอบการ ณ ธันวาคม 2543

มูลค่าส่งออก	สินค้าที่ผลิต		ส่งออกเครื่องจักร	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ไม่มีการส่งออก	2	4.55	39	88.64
2. น้อยกว่า 50 ล้านบาท	5	11.36	1	2.27
3. 50.1 - 200 ล้านบาท	9	20.45	4	9.09
4. 200.1 - 500 ล้านบาท	14	31.82	-	-
5. มากกว่า 500 ล้านบาทขึ้นไป	14	31.82	-	-
รวม	44	100.00	44	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.7 ประเภทสินค้าที่ส่งออก

ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ส่งออกสินค้าประเภทอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ของการส่งออกทั้งหมด รองลงมาส่งออกสินค้าประเภทแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 12.96 และสินค้าประเภทเครื่องจักรและส่วนประกอบ ร้อยละ 11.12 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.7)

ตารางที่ 5.7 ประเภทสินค้าที่ส่งออกของผู้ประกอบการ ณ ธันวาคม 2543

ประเภทสินค้าที่ส่งออก	จำนวน (รายการ)	ร้อยละ	ลำดับ
1. อุปกรณ์ / ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	18	33.33	1
2. แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์	7	12.96	2
3. เครื่องจักรและส่วนประกอบ	6	11.12	3
4. ผลิตภัณฑ์หนัง	4	7.42	4
5. เครื่องประดับเงินและทองเหลือง	3	5.57	5
6. อุปกรณ์เครื่องครัวทำด้วยอลูมิเนียมบนเครื่องบิน	2	3.70	6
7. เเลนส์, disk for hard disk drive	2	3.70	6
8. คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	1	1.85	7
9. สินค้าเกษตร (วาซาบิแช่แข็ง, น้ำมันหอมระเหย)	1	1.85	7
10. คีมเหล็ก	1	1.85	7
11. ผลิตภัณฑ์ลวดถักตาข่าย	1	1.85	7
12. หัวไม้กอล์ฟ	1	1.85	7
13. กรอบรูปที่ทำจากไม้	1	1.85	7
14. ไฟแช็ก, กั้นกรองบุหรี่	1	1.85	7
15. สาขาพิก้าโลหะ	1	1.85	7
16. จักรเย็บผ้า	1	1.85	7
17. ผลิตภัณฑ์แต่งบ้านที่ทำจากผ้า	1	1.85	7
18. อุปกรณ์แปลงทุกชนิด	1	1.85	7
19. เพชรเจียรนัย	1	1.85	7
รวม	54	100.00	

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการแต่ละรายจะส่งออกสินค้าและเครื่องจักรได้มากกว่า 1 รายการ

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.8 แหล่งที่ส่งออก

ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ส่งสินค้าออกไปยังญี่ปุ่นมากที่สุดถึงร้อยละ 25.22 ของการส่งสินค้าออกทั้งหมด รองลงมาคือส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน ร้อยละ 20.00 และสหภาพยุโรป ร้อยละ 14.78 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8 การส่งออกของผู้ประกอบการจำแนกตามแหล่งที่ส่งออก ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวน (รายการ)	ร้อยละ	ลำดับ
1. เอเชียตะวันออก			
- ญี่ปุ่น	29	25.22	1
- ไต้หวัน	7	6.09	6
- เกาหลีใต้	3	2.61	8
- จีนและฮ่องกง	14	12.17	5
2. อาเซียน	23	20.00	2
3. สหภาพยุโรป	17	14.78	3
4. อเมริกา	16	13.91	4
5. โอเชียเนีย (ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์)	4	3.48	7
6. ตะวันออกกลาง	1	0.87	9
7. แอฟริกา (อเมริกาใต้)	1	0.87	9
รวม	115	100.00	

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการแต่ละรายจะส่งสินค้าวัตถุดิบและเครื่องจักรไปประเทศต่างๆ มากกว่า 1 รายการ

ที่มา : จากการศึกษา

5.1.9 การใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์

การใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการในด้านเงินฝาก พบว่า ผู้ประกอบการฝากเงินประเภทออมทรัพย์กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด เป็นสัดส่วนร้อยละ 65.91 ของผู้ประกอบการทั้งหมด รองลงมาคือธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 63.64 ส่วนธนาคารต่างชาติ พบว่า ผู้ประกอบเปิดบัญชีออมทรัพย์ กับ ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด มากที่สุด ถึงร้อยละ 34.09 รองลงมาคือ ธนาคารชางูระ จำกัด ร้อยละ 9.09

ส่วนประเภทบัญชีเงินฝากประจำ พบว่า ผู้ประกอบการเปิดบัญชีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 45.45 อันดับ 2 คือธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 25.00 ส่วนธนาคารต่างชาติ พบว่า ผู้ประกอบการเปิดบัญชีเงินฝากประจำ กับ ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด มากที่สุด ร้อยละ 11.36 รองลงมาคือ ธนาคารชางูระ จำกัด ร้อยละ 9.09 (ตารางที่ 5.9)

การใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการในด้านสินเชื่อ พบว่า ผู้ประกอบการใช้บัญชีกระแสรายวันกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด ร้อยละ 15.91 ของผู้ประกอบการทั้งหมด รองลงมาคือธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 11.36 ส่วนธนาคารต่างชาติ พบว่า ผู้ประกอบใช้บัญชีกระแสรายวันกับธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด มากที่สุด ร้อยละ 11.36 รองลงมาคือ ธนาคารซุมิโตโม จำกัด ร้อยละ 2.27

ส่วนในเรื่องเงินกู้ (Loan) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด ร้อยละ 9.09 รองลงมาใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 2.27 และธนาคารต่างชาตินั้น ผู้ประกอบการใช้บริการกับ ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด มากที่สุด ร้อยละ 15.91 (ตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.9 การใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ด้านเงินฝาก ณ ธันวาคม 2543

ชื่อธนาคาร	บริการที่ใช้ด้านเงินฝาก			
	ออมทรัพย์ (รายการ)	ร้อยละของ ผู้ประกอบการ ทั้งหมด	ประจำ (รายการ)	ร้อยละของ ผู้ประกอบการ ทั้งหมด
1. ธนาคารพาณิชย์ไทย				
1.1 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	29	65.91	11	25.00
1.2 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	10	22.73	2	4.55
1.3 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	11	25.00	6	13.64
1.4 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	28	63.64	20	45.45
1.5 ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	1	2.27	-	-
1.6 ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)	1	2.27	-	-
2. ธนาคารต่างชาติ				
2.1 ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	15	34.09	5	11.36
2.2 ธนาคารซันวา จำกัด	1	2.27	-	-
2.3 ธนาคารซาอุดี จำกัด	4	9.09	4	9.09
2.4 ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	1	2.27	-	-
2.5 ธนาคารซูมิโตโม จำกัด	1	2.27	-	-
2.6 ธนาคารยูบีเอส จำกัด*	1	2.27	-	-
2.7 ธนาคารอาซาฮี จำกัด*	1	2.27	-	-

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการทั้งหมดมี 44 ราย แต่ละรายเปิดบัญชีมากกว่า 1 ธนาคาร

* เป็นธนาคารที่ไม่มีสาขาในประเทศไทย

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 5.10 การใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ด้านสินเชื่อ ณ ธันวาคม 2543

ชื่อธนาคาร	บริการที่ใช้ด้านสินเชื่อ			
	กระแสรายวัน (รายการ)	ร้อยละของ ผู้ประกอบการทั้งหมด	เงินทุน (รายการ)	ร้อยละของ ผู้ประกอบการทั้งหมด
1. ธนาคารพาณิชย์ไทย				
1.1 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	7	15.91	1	2.27
1.2 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	1	2.27	-	-
1.3 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	5	11.36	1	2.27
1.4 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	7	15.91	4	9.09
1.5 ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	-	-	-	-
1.6 ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)	-	-	-	-
2. ธนาคารต่างชาติ				
2.1 ธนาคาร โดเกียว-มิตซูบิชิ จำกัด	5	11.36	7	15.91
2.2 ธนาคารซันวา จำกัด	-	-	-	-
2.3 ธนาคารซากูระ จำกัด	-	-	-	-
2.4 ธนาคารซิติแบงก์ จำกัด	-	-	-	-
2.5 ธนาคารซูมิโตโม จำกัด	1	2.27	-	-

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการมีทั้งหมด 44 ราย แต่ละรายจะใช้บริการมากกว่า 1 ธนาคาร

ที่มา : จากการศึกษา

ส่วนการใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด ถึงร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 22.73 และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 20.45 ตามลำดับ ส่วนธนาคารต่างชาติพบว่า ผู้ประกอบการใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับ ธนาคาร โดเกียว-มิตซูบิชิ จำกัด มากที่สุด ร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ ธนาคารซากูระ จำกัด ร้อยละ 6.82 (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11 การใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ ณ ธันวาคม 2543

ชื่อธนาคาร	ประเภทบริการที่ใช้	
	การค้าระหว่างประเทศ (รายการ)	ร้อยละของ ผู้ประกอบการทั้งหมด
1. ธนาคารพาณิชย์ไทย		
1.1 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	10	22.73
1.2 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	3	6.82
1.3 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	9	20.45
1.4 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	24	54.55
1.5 ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	-	-
1.6 ธนาคารซีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)	-	-
2. ธนาคารต่างชาติ		
2.1 ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	14	31.82
2.2 ธนาคารซันวา จำกัด	2	4.55
2.3 ธนาคารซาอุดี จำกัด	3	6.82
2.4 ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	2	4.55
2.5 ธนาคารอาซาฮี จำกัด	1	2.27

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการมีทั้งหมด 44 ราย แต่ละรายจะใช้บริการมากกว่า 1 ธนาคาร

ที่มา : จากการศึกษา

5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการทางการเงินกับธนาคารพาณิชย์

5.2.1 บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ใช้กับธนาคารปัจจุบัน

ผู้ประกอบการแบ่งการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ออกเป็น 2 ประเภท คือ ด้านสินค้าเข้า (Import) และ ด้านสินค้าออก (Export) จากการศึกษาพบว่า ด้านสินค้าเข้า ประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศที่ผู้ประกอบการใช้เป็นอันดับ 1 คือ การโอนเงินออกเพื่อชำระค่าสินค้า (Outward Remittance) อันดับ 2 คือ บริการตั้งซื้อสินค้าด้วยวิธีเปิดแอลซี (Open L/C) และอันดับ 3 คือ บริการประเภทตั๋วเงินสินค้าเข้าภายใต้แอลซี (Import Bills under L/C) ส่วนประเภทบริการที่ผู้ประกอบการใช้น้อยที่สุดคือ การขอให้ธนาคารออกจดหมายค้ำประกันการออกสินค้าที่มีต่อสายการบิน (Delivery Order)

ส่วนด้านสินค้าออกนั้นพบว่า ผู้ประกอบการให้บริการประเภทการรับโอนเงินเข้าเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ (Inward Remittance) เป็นอันดับ 1 ส่วนอันดับ 2 คือ การแจ้งแอลซี (Advise L/C) กับตั๋วเงินสินค้าออกภายใต้แอลซี (Export Bills under L/C) และอันดับ 3 คือ ประเภทบริการตั๋วเงินเพื่อเรียกเก็บสินค้าออก (Export Bills for Collection) ส่วนประเภทบริการด้านส่งออกที่ผู้ประกอบการให้บริการน้อยที่สุด คือ การจองอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Exchange Bought) กับแพ็คเกจเครดิต (Packing Credit) (ตารางที่ 5.12)

สาเหตุที่ผู้ประกอบการให้บริการประเภทโอนเงินออกเพื่อชำระค่าสินค้ากับโอนเงินเข้าเพื่อรับชำระค่าสินค้า มากที่สุด เนื่องจากเป็นบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก และเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด เช่น ถ้าเป็นประเภทการโอนออกนั้น ค่าธรรมเนียมปกติเท่ากับ 550 บาท ต่อ 1 รายการ และการโอนเงินเข้า ค่าธรรมเนียม 0.25% ของยอดเงินที่โอน โดยคิดอัตราต่ำสุด 200 บาท คิดสูงสุดไม่เกิน 500 บาท (ค่าธรรมเนียมด้านการค้าระหว่างประเทศ แสดงในภาคผนวก ข)

5.2.2 ความคาดหวังของผู้ประกอบการ

หัวข้อนี้ต้องการศึกษาว่า ก่อนที่ผู้ประกอบการจะใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ผู้ประกอบการมีการคาดหวังจากธนาคารพาณิชย์อย่างไรบ้าง จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีการคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพจากธนาคารพาณิชย์ เป็นอันดับ 1 เช่น ถ้าผู้ประกอบการ

การต้องการคำปรึกษาในเรื่องต่างๆ พนักงานสามารถให้คำแนะนำที่ดีและมีประโยชน์ และเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นพนักงานมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและทันเวลาไม่ทำให้ผู้ประกอบการเสียหาย และการได้รับการบริการตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ ความคาดหวังอันดับ 2 คือการให้บริการที่รวดเร็วฉับไวมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยผู้ประกอบการมีความคาดหวังว่าจะได้รับการจากธนาคารพาณิชย์ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด และให้บริการได้รวดเร็วทันใจ ส่วนความคาดหวังอื่นๆเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ มีความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยคาดหวังว่าเมื่อเข้ารับบริการแล้วธนาคารต้องมีการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งๆขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้ารับบริการ ส่วนการคาดหวังว่าจะได้รับอัตราแลกเปลี่ยนที่พอใจนั้น ผู้ประกอบการต้องการให้ธนาคารให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ประกาศปกติ และผู้ประกอบการคาดหวังว่าเมื่อเข้ารับบริการแล้วธนาคารมีการให้บริการในด้านการค้าระหว่างประเทศแบบครบวงจร (One Stop Service) นั่นคือธนาคารจะต้องมีการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศครบทุกประเภท (ตารางที่ 5.13)

ตารางที่ 5.12 ประเภทบริการด้านการค้าระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ ณ ธันวาคม 2543

ประเภทบริการ	การใช้บริการ (รายการ)	ลำดับที่
ด้านนำเข้า (Import)		
1. การโอนเงินออกเพื่อชำระค่าสินค้า (Outward Remittance : OR)	44	1
2. การสั่งซื้อสินค้าด้วยวิธีเปิด L/C (Open L/C)	17	2
3. ตัวเงินสินค้าภายใต้ L/C (Import Bills under L/C : IBLC)	17	2
4. ตัวเงินเพื่อเรียกเก็บสินค้าเข้า (Import Bills for Collection : IBC)	6	3
5. การจองอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าด้านสินค้าเข้า (Forward Exchange Sold : FWS)	6	3
6. สินเชื่อด้านสินค้าเข้า (Trust Receipt : T/R)	4	4
7. การค้ำประกันเพื่อออกสินค้าโดยธนาคารที่มีต่อบริษัทเรือ (Shipping Guarantee : S/G)	4	4
8. การออกจดหมายค้ำประกันออกสินค้าโดยธนาคารที่มีต่อสายการบิน (Delivery Order : D/O)	2	5
ด้านส่งออก (Export)		
9. การรับโอนเงินเข้าเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ (Inward Remittance : IR)	43	1
10. การแจ้ง L/C (Advised L/C)	11	2
11. ตัวเงินสินค้าออกภายใต้ L/C (Export Bills under L/C : EBLC)	11	2
12. ตัวเงินเพื่อเรียกเก็บสินค้าออก (Export Bills for Collection : EBC)	8	3
13. การจองอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าด้านสินค้าออก (Forward Exchange Bought : FWB)	1	4
14. สินเชื่อด้านสินค้าออก (Packing Credit : P/C)	1	4

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการแต่ละรายจะใช้บริการได้มากกว่า 1 ประเภท

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 5.13 ความคาดหวังที่จะได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. การบริการที่มีคุณภาพ (เช่น ให้คำแนะนำ / แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว / ได้รับบริการตรงตามความต้องการ / ทันเวลา เป็นต้น)	-	1	9	12	22	4.25	1
2. การให้บริการที่ฉับไว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	-	2	9	16	17	4.09	2
3. การพัฒนาปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง	-	1	10	22	11	3.98	3
4. ได้รับอัตราแลกเปลี่ยนที่พอใจ	-	2	14	15	13	3.89	4
5. การให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service)	-	1	15	17	11	3.86	5
6. ความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	-	1	13	22	8	3.84	6
7. อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	-	3	14	15	12	3.82	7
8. ข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับจากธนาคารอย่างเพียงพอทันสมัยและเข้าถึงง่าย	-	2	14	21	7	3.75	8
9. บรรยากาศที่ดี (อาคาร สถานที่ ทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถสะดวก ฯลฯ)	-	2	21	17	4	3.52	9
10. ระบบการบริหารบริการที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISO9002	1	2	21	15	5	3.48	10

ที่มา : จากการศึกษา

5.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

5.3.1 ปัจจัยที่ผู้ประกอบการพิจารณาว่าจะใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเลือกที่จะใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์แห่งใดแห่งหนึ่ง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการพิจารณาเป็นอันดับแรก คือ การให้บริการที่มีคุณภาพ เช่น การให้คำแนะนำที่ดี พนักงานธนาคารมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและทันเวลา รวมถึงการที่ได้รับการบริการตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ อันดับที่ 2 คือ อัตราค่าบริการที่เหมาะสม โดยผู้ประกอบการต้องการให้ธนาคารลดค่าบริการลงต่ำกว่าค่าบริการปกติ เช่น ค่าธรรมเนียมปกติในการเปิดแอลซี เท่ากับ 0.25% ของยอดเงินที่เปิด ต่อระยะเวลา 3 เดือน ผู้ประกอบการต้องการลดค่าธรรมเนียมลงเหลือ 0.125% เป็นต้น (ค่าธรรมเนียมด้านการค้าระหว่างประเทศ แสดงในภาคผนวก ข) ส่วนปัจจัยอื่นๆที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ คือ ธนาคารให้อัตราแลกเปลี่ยนที่พอใจ, ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีความรับผิดชอบสูง และธนาคารมีการให้บริการที่ฉับไวใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น (ตารางที่ 5.14)

ตารางที่ 5.14 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	
1. การบริการที่มีคุณภาพ (เช่น ให้คำแนะนำ / แก้ไขปัญหา ได้อย่างรวดเร็ว / ได้รับบริการตรงตามความต้องการ/ทันเวลา เป็นต้น)	-	4	2	10	28	4.41	1
2. อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	-	1	7	15	21	4.27	2
3. อัตราแลกเปลี่ยนที่พอใจ	-	-	9	15	20	4.25	3
4. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มั่นคง ความรับผิดชอบสูง	-	-	5	25	14	4.20	4
5. การให้บริการที่ฉับไว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	-	-	6	23	15	4.20	4
6. การให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service)	-	1	8	20	15	4.11	5
7. เป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ	-	-	12	21	11	3.98	6
8. ธนาคารมีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีและทั่วถึง กับธนาคารตัวแทนในประเทศต่างๆทั่วโลก	-	-	11	26	7	3.91	7
9. ข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับจากธนาคารอย่างเพียงพอทันสมัยและเข้าถึงง่าย	-	2	12	20	10	3.86	8
10. ความสนิทสนมคุ้นเคยกับธนาคารมาอย่างยาวนาน	1	4	16	19	4	3.48	9
11. ระบบการบริหาร การบริการที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISO9002	2	4	18	14	6	3.41	10
12. ค่ากล่าวขานบอกต่อกันระหว่างผู้ประกอบการนำเข้า - ส่งออก	2	6	14	16	6	3.41	10
13. บริษัทคู่ค้า / บริษัทแม่แสดงความประสงค์หรือ ให้คำแนะนำ	2	8	13	16	5	3.32	11
14. บรรยากาศที่ดี (อาคาร สถานที่ ทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถสะดวก ฯลฯ)	-	9	23	9	3	3.14	12
15. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคารโดยผ่านสื่อต่างๆ	2	4	26	10	2	3.14	12

ที่มา : จากการศึกษา

5.3.2 สาเหตุที่ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ปัจจุบัน

เหตุผลที่ผู้ประกอบการยังใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์อยู่จนถึงปัจจุบัน มีดังนี้คือ เหตุผลอันดับแรก เป็นเพราะว่า ธนาคารมีการให้บริการตรงตามที่ต้องการ การต้องการ เหตุผลอันดับ 2 คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ น่าเชื่อถือ และมีการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ส่วนเหตุผลอื่นๆเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ เป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือและมีความรับผิดชอบสูง, มีค่าบริการที่เหมาะสม, มีระดับอัตราแลกเปลี่ยนที่น่าพอใจ และเป็นนโยบายของบริษัทหรือนายต้องการให้ใช้บริการกับธนาคารนั้นๆ (ตารางที่ 5.15)

ตารางที่ 5.15 เหตุผลของการใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารปัจจุบัน ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ให้บริการได้อย่างที่ต้องการ	-	-	9	22	13	4.09	1
2. พนักงานมีความรู้ เชี่ยวชาญ น่าเชื่อถือ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์	-	-	11	19	14	4.07	2
3. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือและรับผิดชอบสูง	-	1	7	26	10	4.02	3
4. ค่าบริการเหมาะสม / ระดับอัตราแลกเปลี่ยนที่น่าพอใจ	-	-	11	25	8	3.93	4
5. นโยบายของบริษัท / นายต้องการ	-	2	13	19	10	3.84	5
6. การเดินทาง (คมนาคม) สะดวก	1	5	21	10	7	3.39	6
7. พนักงานกะตือรือร้น เอาใจใส่ และให้ความสำคัญกับลูกค้า	-	1	11	21	11	3.36	7
8. ใช้บริการธนาคารตามๆกันมาตั้งแต่ในอดีต	2	5	15	19	3	3.36	7
9. ความต้องการของลูกค้า / ลูกค้าแนะนำ	2	6	19	15	2	3.20	8

ที่มา : จากการศึกษา

5.3.3 ปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากใช้บริการของธนาคารพาณิชย์

ปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารปัจจุบันของผู้ประกอบการ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาอันดับแรก คือ ค่าบริการสูงเกินไป อันดับ 2 คือ อุปกรณ์และระบบการให้บริการขัดข้องบ่อย ส่วนปัญหาอื่นๆเรียงตามลำดับคือ ผู้ประกอบการไม่สะดวกในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจ เนื่องจากการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย นั้น จะมีสำนักงานอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนสาขาของธนาคารพาณิชย์ในเขตจังหวัดลำพูน เป็นเพียงการส่งผ่านเอกสารมาให้สำนักงานในเชียงใหม่เท่านั้น ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศนั้น ไม่มีสำนักงานหรือสาขาอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้าและไม่ติดตามงาน และธนาคารให้บริการไม่เบ็ดเสร็จครบวงจรในจุดเดียว (Non - One Stop Service) นั่นคือการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศของธนาคารมีไม่ครบทุกประเภทในจุดเดียว บริการบางประเภทจะต้องส่งเรื่องผ่านให้สำนักงานใหญ่ช่วยดำเนินการให้ (ตารางที่ 5.16)

ตารางที่ 5.16 ปัญหาการใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารในปัจจุบัน ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ค่าบริการสูงเกินไป	6	15	17	6	-	2.52	1
2. อุปกรณ์ และระบบการให้บริการจัดซื้อบ่อยๆ	5	20	13	6	-	2.43	2
3. ไม่สะดวกในการเดินทาง	11	18	6	8	1	2.32	3
4. พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า / ไม่ติดตามงาน	9	18	12	5	-	2.30	4
5. บริการไม่เบ็ดเสร็จครบวงจรในจุดเดียว	9	18	14	2	1	2.27	5
6. ขั้นตอน และเอกสารมาก ไม่ชัดเจน และยุ่งยาก	8	23	11	2	-	2.16	6
7. มีข้อผิดพลาด / ข้อบกพร่องในการบริการบ่อย	8	25	8	3	-	2.14	7
8. พนักงานมีความรอบรู้ ความเชี่ยวชาญ ไม่เพียงพอ	10	20	13	1	-	2.11	8
9. พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	11	24	7	2	-	2.00	9

ที่มา : จากการศึกษา

5.4 ความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์

5.4.1 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทย

ผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ 5 ธนาคาร ในหัวข้อต่างๆ 10 หัวข้อ คือ

- 1) ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของสังคม กล่าวคือ เป็นธนาคารที่รู้จักคุ้นเคยทั่วไปของผู้ใช้บริการ โดยประชาชนทั่วไปอาจรู้จักธนาคารจากสื่อต่างๆ และจากการที่พนักงานธนาคารออกเยี่ยมเยือนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

- 2) ความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากล การให้บริการมีมาตรฐานเป็นที่พอใจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อถือและความเชื่อมั่นต่อมาตรฐานของธนาคาร
- 3) ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่ เทคโนโลยีที่ให้บริการนำสมัยล้ำหน้ากว่าที่อื่นๆ ทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทั่วถึงและรวดเร็ว มีการพัฒนาการจัดการที่มีระบบ มีการให้บริการครบวงจร สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้บริการประเภทต่างๆ ได้ทุกประเภท
- 4) ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา พนักงานให้ความสำคัญต่อลูกค้าทุกระดับเท่ากัน และให้ความสนใจลูกค้าในการให้ความรู้และคำแนะนำต่างๆ ให้คำปรึกษาและแนะแนวทางในการแก้ปัญหา สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างภาพพจน์และความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้าทำให้เกิดความประทับใจ
- 5) ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว ความมีคุณภาพของการให้บริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ฉับไว ไม่มีข้อผิดพลาด มีความถูกต้องตามที่ต้องการและมีความเต็มใจที่จะให้บริการ
- 6) ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง ให้บริการด้วยความเต็มใจและเปิดเผย มีความซื่อสัตย์ สุจริต แนะนำการให้บริการอย่างตรงไปตรงมา สิ่งเหล่านี้จะสร้างความเชื่อถือแก่ลูกค้าและทำให้มีความเชื่อมั่นต่อธนาคาร
- 7) ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจตกต่ำปัจจุบันทำให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะพิจารณาถึงศักยภาพของธนาคารเป็นหลัก ความมั่นคงของธนาคารจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจ, รู้สึกสบายใจและปลอดภัยที่จะใช้บริการโดยไม่มีกังวลใดๆ
- 8) ความรับผิดชอบต่อสังคม การให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น ให้การสนับสนุนในการศึกษา และช่วยเหลือสังคม ภาพพจน์ที่ดีของธนาคารในด้านต่างๆ จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่นต่อการให้บริการของธนาคาร
- 9) การใช้บริการได้สะดวก การที่มีสาขามากทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการที่สาขาไหนก็ได้ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา นอกจากนี้ การเดินทางสะดวก ใกล้บ้าน และสถานที่จอดรถกว้างขวาง ก็เป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นเช่นกัน
- 10) ระดับค่าบริการที่เหมาะสม โดยเป็นค่าธรรมเนียมในระดับที่ผู้ประกอบการพอใจ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ ต้องการให้ธนาคารลดค่าธรรมเนียมต่ำกว่าอัตราปกติ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยในรายละเอียดทั้ง 10 ข้อไปในลักษณะเดียวกัน โดยผลการศึกษารูปได้ว่า

ภาพลักษณ์ อันดับ 1 ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ภาพลักษณ์ อันดับ 2 ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ภาพลักษณ์ อันดับ 3 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ภาพลักษณ์ อันดับ 4 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ภาพลักษณ์ อันดับ 5 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

(ตารางที่ 5.17)

ตารางที่ 5.17 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทย ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	6	-	4	11	23	4.02	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	12	-	4	19	9	3.30	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	14	-	3	18	9	3.18	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	16	-	7	14	7	2.91	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	21	3	18	2	-	2.02	5
2. ความเป็นธนาคารมืออาชีพ							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	7	-	4	20	13	3.73	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	11	1	6	18	8	3.25	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	16	-	6	14	8	2.95	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	13	2	15	10	4	2.77	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	25	7	9	2	1	1.80	5
3. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	6	1	9	21	7	3.50	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	11	1	8	14	10	3.25	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	15	1	3	12	13	3.16	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	19	2	12	10	1	2.36	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	25	5	10	3	1	1.86	5

ตารางที่ 5.17 (ต่อ)

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
4. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	6	3	13	16	6	3.30	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	10	4	17	8	5	2.86	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	17	2	10	12	3	2.59	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	24	4	10	5	1	1.98	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	29	4	8	3	-	1.66	5
5. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	6	1	13	17	7	3.41	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	11	2	11	12	8	3.09	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	17	-	11	12	4	2.68	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	25	4	8	6	1	1.95	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	32	2	6	4	-	1.59	5
6. ความโปร่งใส เปิดเผย ข้อตรง							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	11	1	9	21	2	3.05	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	14	3	12	14	1	2.66	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	21	2	5	14	2	2.41	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	25	4	7	7	1	1.98	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	31	3	5	3	2	1.68	5

ตารางที่ 5.17 (ต่อ)

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
7. ความมั่นคงปลอดภัย นวัตกรรม							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	6	-	7	19	12	3.70	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	10	-	5	20	9	3.41	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	15	-	7	16	6	2.95	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	19	-	7	12	6	2.68	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	25	3	8	5	3	2.05	5
8. ความรับผิดชอบต่อสังคม							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	11	2	14	13	4	2.93	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	16	2	9	13	4	2.70	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	21	2	7	10	4	2.41	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	25	4	7	7	1	1.98	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	31	3	6	4	-	1.61	5
9. ให้บริการได้สะดวก							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	5	-	16	15	8	3.48	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	10	1	13	14	6	3.11	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	14	1	14	11	4	2.77	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	22	4	6	8	4	2.27	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	28	3	10	2	1	1.75	5

ตารางที่ 5.17 (ต่อ)

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
10. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม							
ช.กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	7	1	18	16	2	3.11	1
ช.ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	10	1	19	14	-	2.84	2
ช.กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	17	1	15	10	1	2.48	3
ช.กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	22	2	14	6	-	2.09	4
ช.กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	27	3	11	3	-	1.77	5

ที่มา : จากการศึกษา

5.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยแยกเป็นราย

ธนาคาร

หัวข้อนี้ต้องการแสดงลำดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทย แยกเป็นรายธนาคาร ดังรายละเอียดดังนี้ คือ

1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ผู้ประกอบการเห็นว่า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความเป็นที่นิยมนับถือแพร่หลายในสังคม มากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากล และความมั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.18)

ตารางที่ 5.18 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ความเป็นที่นิยมนับถือแพร่หลาย	6	-	4	11	23	4.02	1
2. ความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากล	7	-	4	20	13	3.73	2
3. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	6	-	7	19	12	3.70	3
4. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	6	1	9	21	7	3.50	4
5. ใช้บริการได้สะดวก	5	-	16	15	8	3.48	5
6. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	6	1	13	17	7	3.41	6
7. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	6	3	13	16	6	3.30	7
8. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	7	1	18	16	2	3.11	8
9. ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง	11	1	9	21	2	3.05	9
10. ความรับผิดชอบต่อสังคม	11	2	14	13	4	2.93	10

ที่มา : จากการศึกษา

2) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ผู้ประกอบการเห็นว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีความมั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือ มากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลายในสังคม และความเป็นธนาคารมืออาชีพ ระดับมาตรฐานสากล ตามลำดับ (ตารางที่ 5.19)

ตารางที่ 5.19 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	10	-	5	20	9	3.41	1
2. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย	12	-	4	19	9	3.30	2
3. ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	11	1	6	18	8	3.25	3
4. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	11	1	8	14	10	3.25	3
5. ให้บริการได้สะดวก	10	1	13	14	6	3.11	4
6. ความซบใจในการบริการ และความคล่องตัว	11	2	11	12	8	3.09	5
7. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	10	4	17	8	5	2.86	6
8. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	10	-	19	14	1	2.84	7
9. ความรับผิดชอบต่อสังคม	16	2	9	13	4	2.70	8
10. ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง	14	3	12	14	1	2.66	9

ที่มา : จากการศึกษา

3) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความเห็นต่อภาพลักษณ์ต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเรื่องความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลายในสังคม มากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่ และ ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล ตามลำดับ (ตารางที่ 5.20)

ตารางที่ 5.20 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย	14	-	3	18	9	3.18	1
2. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	15	1	3	12	13	3.16	2
3. ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	16	-	6	14	8	2.95	3
4. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	15	-	7	16	6	2.95	3
5. ใช้บริการ ได้สะดวก	14	1	14	11	4	2.77	4
6. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	17	-	11	12	4	2.68	5
7. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	17	2	10	12	3	2.59	6
8. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	17	1	15	10	1	2.48	7
9. ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง	21	2	5	14	2	2.41	8
10. ความรับผิดชอบต่อสังคม	21	2	7	10	4	2.41	8

ที่มา : จากการศึกษา

4) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้ประกอบการเห็นว่า ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) . มีความเป็นที่นิยมนักแพร่หลายมากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล และความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.21)

ตารางที่ 5.21 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ความเป็นที่นิยมนักแพร่หลาย	16	-	7	14	7	2.91	1
2. ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	13	2	15	10	4	2.77	2
3. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	19	-	7	12	6	2.68	3
4. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	19	2	12	10	1	2.36	4
5. ใช้บริการได้สะดวก	22	4	6	8	4	2.27	5
6. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	22	2	14	6	-	2.09	6
7. ความรับผิดชอบต่อสังคม	25	4	7	7	1	1.98	7
8. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	24	4	10	5	1	1.98	7
9. ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง	25	4	7	7	1	1.98	7
10. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	25	4	8	6	1	1.95	8

ที่มา : จากการศึกษา

5) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ผู้ประกอบการเห็นว่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ มากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย และความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.22)

ตารางที่ 5.22 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	25	3	8	5	3	2.05	1
2. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย	21	3	18	2	-	2.02	2
3. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	25	5	10	3	1	1.86	3
4. ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	25	7	9	2	1	1.80	4
5. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	27	3	11	3	-	1.77	5
6. ใช้บริการ ได้สะดวก	28	3	10	2	1	1.75	6
7. ความโปร่งใส เปิดเผย ชื่อดัง	31	3	5	3	2	1.68	7
8. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	29	4	8	3	-	1.66	8
9. ความรับผิดชอบต่อสังคม	31	3	6	4	-	1.61	9
10. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	32	2	6	4	-	1.59	10

ที่มา : จากการศึกษา

ในการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จะให้ความเห็นในระดับน้อยที่สุด ซึ่งอาจมีสาเหตุ 2 ประการ คือ ประการแรก สาเหตุเนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ใช้บริการอะไรกับ

ธนาคารนั้นเลย จึงไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ ประการที่สอง เนื่องจากผู้ประกอบการไม่รู้จักกับธนาคารนั้นจริงๆจึงให้ความคิดเห็นไม่ได้

5.4.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นในหัวข้อต่างๆ 10 หัวข้อเช่นกัน โดยผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นในเรื่อง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลาย, ความเป็นธนาคารมืออาชีพ, ความฉับไวในการบริการและความคล่องตัว, ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง และการใช้บริการได้สะดวก เป็นไปในแนวเดียวกัน คือให้ ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด มีภาพลักษณ์เป็นอันดับ 1 ธนาคารซิติแบงก์ จำกัด มีภาพลักษณ์เป็นอันดับ 2 และภาพลักษณ์เป็นอันดับ 3, 4 และ 5 เรียงตามลำดับ คือ ธนาคารชาบูระ จำกัด, ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด และ ธนาคารคอยส์แบงก์ จำกัด

ส่วนในเรื่องความเป็นมิตรช่วยคิดช่วยแก้ปัญหา กับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้ประกอบการได้แสดงความเห็นให้ ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด เป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด ธนาคารชาบูระ จำกัด ธนาคารซิติแบงก์ จำกัด และ ธนาคารคอยส์แบงก์ จำกัด ตามลำดับ (ตารางที่ 5.23)

ตารางที่ 5.23 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย							
ธ.โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	22	2	7	8	5	2.36	1
ธ.ซิติ้แบงก์ จำกัด	29	1	3	7	4	2.00	2
ธ.ชากรุงระ จำกัด	32	2	3	5	2	1.70	3
ธ.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	32	2	6	3	1	1.61	4
ธ.คอยส์แบงก์ จำกัด	34	4	4	2	-	1.41	5
2. ความเป็นธนาคารมืออาชีพ							
ธ.โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	22	1	5	9	7	2.50	1
ธ.ซิติ้แบงก์ จำกัด	29	-	6	6	3	1.95	2
ธ.ชากรุงระ จำกัด	34	1	2	4	3	1.66	3
ธ.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	33	1	4	6	-	1.61	4
ธ.คอยส์แบงก์ จำกัด	35	-	6	3	-	1.48	5
3. ความมีเทคโนโลยีการจัดการสมัยใหม่							
ธ.โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	24	2	5	8	5	2.27	1
ธ.ซิติ้แบงก์ จำกัด	31	-	5	5	3	1.84	2
ธ.ชากรุงระ จำกัด	36	-	2	4	2	1.55	4
ธ.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	34	-	3	5	2	1.66	3
ธ.คอยส์แบงก์ จำกัด	38	1	3	2	-	1.30	5

ตารางที่ 5.23 (ต่อ)

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
4. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา							
ร.โตเกียว-มิตซูบิชิ จำกัด	26	-	6	7	5	2.20	1
ร.ซิติ้แบงก์ จำกัด	38	1	2	3	-	1.32	4
ร.ชาภูระ จำกัด	38	-	3	3	-	1.34	3
ร.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	37	1	4	2	-	1.34	2
ร.คอยส์แบงก์ จำกัด	40	2	2	-	-	1.14	5
5. ความจำเป็นในการบริการและความคล่องตัว							
ร.โตเกียว-มิตซูบิชิ จำกัด	27	-	7	7	3	2.07	1
ร.ซิติ้แบงก์ จำกัด	35	-	5	2	2	1.55	2
ร.ชาภูระ จำกัด	37	-	3	2	2	1.45	3
ร.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	37	2	2	2	1	1.36	4
ร.คอยส์แบงก์ จำกัด	41	2	1	-	-	1.09	5
6. ความโปร่งใส เปิดเผย ข้อตรง							
ร.โตเกียว-มิตซูบิชิ จำกัด	27	-	8	5	4	2.07	1
ร.ซิติ้แบงก์ จำกัด	37	1	2	3	1	1.41	2
ร.ชาภูระ จำกัด	38	-	2	3	1	1.36	3
ร.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	38	-	3	2	1	1.36	4
ร.คอยส์แบงก์ จำกัด	40	-	2	1	1	1.25	5

ตารางที่ 5.23 (ต่อ)

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
7. ความมั่นคงปลอดภัย นำเชื้ออื้อ							
ร.โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	25	1	5	7	6	2.27	1
ร.ซิดีแบงก์ จำกัด	35	1	5	2	1	1.48	3
ร.ชาภูระ จำกัด	35	-	6	2	1	1.50	2
ร.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	37	-	6	1	-	1.34	4
ร.คอบส์แบงก์ จำกัด	39	-	5	-	-	1.23	5
8. ความรับผิดชอบต่อสังคม							
ร.โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	27	2	9	5	1	1.89	1
ร.ซิดีแบงก์ จำกัด	38	1	3	2	-	1.30	4
ร.ชาภูระ จำกัด	38	-	2	3	1	1.39	3
ร.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	38	1	3	2	-	1.43	2
ร.คอบส์แบงก์ จำกัด	40	2	2	-	-	1.14	5
9. ใช้บริการได้สะดวก							
ร.โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด	26	1	9	6	2	2.02	1
ร.ซิดีแบงก์ จำกัด	37	-	3	3	1	1.43	2
ร.ชาภูระ จำกัด	37	-	4	2	1	1.41	3
ร.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	38	1	3	1	1	1.32	4
ร.คอบส์แบงก์ จำกัด	40	3	1	-	-	1.11	5

ตารางที่ 5.23 (ต่อ)

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
10. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม							
ร. โตเกียว-มิตซูบิชิ จำกัด	25	1	10	5	3	2.09	1
ร. ซิตีแบงก์ จำกัด	38	2	1	2	1	1.32	4
ร. ซากุระ จำกัด	37	-	3	2	2	1.45	2
ร. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	37	2	2	1	2	1.39	3
ร. คอยส์แบงก์ จำกัด	38	3	2	-	1	1.25	5

ที่มา : จากการศึกษา

5.4.4 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแยกเป็นรายธนาคาร

หัวข้อนี้ต้องการแสดงลำดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ แยกเป็นรายธนาคาร ดังรายละเอียดดังนี้ คือ

1) ธนาคาร โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด

ผู้ประกอบการเห็นว่าธนาคาร โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด มีความเป็นธนาคารมืออาชีพได้มาตรฐานสากล มากที่สุด รองลงมาคือความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลายในสังคม และความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.24)

ตารางที่ 5.24 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร โตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	22	1	5	9	7	2.50	1
2. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย	22	2	7	8	5	2.36	2
3. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	24	2	5	8	5	2.27	3
4. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	25	1	5	7	6	2.27	3
5. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	26	-	6	7	5	2.20	4
6. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	25	1	10	5	3	2.09	5
7. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	27	-	7	7	3	2.07	6
8. ความโปร่งใส เปิดเผย ซื่อตรง	27	-	8	5	4	2.07	6
9. ใช้บริการได้สะดวก	26	1	9	6	2	2.02	7
10. ความรับผิดชอบต่อสังคม	27	2	9	5	1	1.89	8

ที่มา : จากการศึกษา

2) อนาคตธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด

ผู้ประกอบการเห็นว่าธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด มีความเป็นที่นิยมนักแพร่หลายในสังคมมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล และควมมีเทคโนโลยีการจัดการสมัยใหม่ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.25)

ตารางที่ 5.25 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ความเป็นที่นิยมนักแพร่หลาย	29	1	3	7	4	2.00	1
2. ความเป็นธนาคารมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	29	-	6	6	3	1.95	2
3. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	31	-	5	5	3	1.84	3
4. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	35	-	5	2	2	1.55	4
5. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	35	1	5	2	1	1.48	5
6. ใช้บริการได้สะดวก	37	-	3	3	1	1.43	6
7. ความโปร่งใส เปิดเผย ชื่อตรง	37	1	2	3	1	1.41	7
8. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	38	1	2	3	-	1.32	8
9. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	38	2	1	2	1	1.32	8
10. ความรับผิดชอบต่อสังคม	38	1	3	2	-	1.30	9

ที่มา : จากการศึกษา

3) วิชาการชาภูระ จำกัด

ผู้ประกอบการเห็นว่าวิชาการชาภูระ จำกัด มีความเป็นที่นิยมนักแพร์หลายในสังคมมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นวิชาการมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล และควมมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.26)

ตารางที่ 5.26 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของวิชาการชาภูระ จำกัด ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
1. ความเป็นที่นิยมนักแพร์หลาย	32	2	3	5	2	1.70	1
2. ความเป็นวิชาการมืออาชีพระดับมาตรฐานสากล	34	1	2	4	3	1.66	2
3. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	36	-	2	4	2	1.55	3
4. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	35	-	6	2	1	1.50	4
5. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	37	-	3	2	2	1.45	5
6. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	37	-	3	2	2	1.45	5
7. ใช้บริการได้สะดวก	37	-	4	2	1	1.41	6
8. ความโปร่งใส เปิดเผย ข้อตรง	38	-	2	3	1	1.39	7
9. ความรับผิดชอบต่อสังคม	38	-	2	3	1	1.39	7
10. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	38	-	3	3	-	1.34	8

ที่มา : จากการศึกษา

4) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด

ผู้ประกอบการเห็นว่าธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด มีความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่มากที่สุด รองลงมาคือความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลายในสังคม และความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากล ตามลำดับ (ตารางที่ 5.27)

ตารางที่ 5.27 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	
1. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	34	-	3	5	2	1.66	1
2. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย	32	2	6	3	1	1.61	2
3. ความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากล	33	1	4	6	-	1.61	2
4. ความรับผิดชอบต่อสังคม	38	1	3	2	-	1.43	3
5. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	37	2	2	1	2	1.39	4
6. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	37	2	2	2	1	1.36	5
7. ความโปร่งใส เปิดเผย ข้อตรง	38	-	3	2	1	1.36	5
8. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	37	-	6	1	-	1.34	6
9. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	37	1	4	2	-	1.34	6
10. ใช้บริการ ได้สะดวก	38	1	3	1	1	1.32	7

ที่มา : จากการศึกษา

5) ธนาคารคอยส์เบงก์ จำกัด

ผู้ประกอบการเห็นว่าธนาคารคอยส์เบงก์ จำกัด มีความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากลมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย และความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่ ตามลำดับ (ตารางที่ 5.28)

ตารางที่ 5.28 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคารคอยส์เบงก์ จำกัด ณ ธันวาคม 2543

รายการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตาม						
	ระดับความเห็น						
	1	2	3	4	5		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ความเป็นธนาคารมีอาชีพระดับมาตรฐานสากล	35	-	6	3	-	1.48	1
2. ความเป็นที่นิยมรู้จักแพร่หลาย	34	4	4	2	-	1.41	2
3. ความมีเทคโนโลยี การจัดการสมัยใหม่	38	1	3	2	-	1.30	3
4. ความโปร่งใส เปิดเผย ข้อมูลตรง	40	-	2	1	1	1.25	4
5. ระดับค่าบริการที่เหมาะสม	38	3	2	-	1	1.25	4
6. ความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	39	-	5	-	-	1.23	5
7. ความเป็นมิตร ช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหา	40	2	2	-	-	1.14	6
8. ความรับผิดชอบต่อสังคม	40	2	2	-	-	1.14	6
9. ใช้บริการได้สะดวก	40	3	1	-	-	1.11	7
10. ความฉับไวในการบริการ และความคล่องตัว	41	2	1	-	-	1.09	8

ที่มา : จากการศึกษา

ในส่วนของการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จะให้ความเห็นในระดับน้อยที่สุด ซึ่งอาจมีสาเหตุ 3 ประการ คือ ประการแรก สาเหตุเนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ใช้บริการอะไรกับธนาคารนั้นเลย จึงไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ ประการที่สอง เนื่องจากผู้ประกอบ

การไม่รู้จักรับธนาคารนั้นจริงๆ จึงให้ความคิดเห็นไม่ได้ และประการสุดท้าย เนื่องจากธนาคารต่างชาติเป็นธนาคารที่ไม่มีสาขาอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน (ยกเว้นธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด ที่มีสำนักงาน PIBF : Province International Banking Facility ในจังหวัดเชียงใหม่) ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่รู้จักรับธนาคารต่างชาติเหล่านี้

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University