

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งหน้าที่ ประเภทธุรกิจ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้าหลักของธุรกิจ สถาบันการเงินที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศที่ใช้ และลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	29	30.85
หญิง	65	69.15
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.15 เป็นเพศชาย ร้อยละ 30.85

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 29 ปี	13	13.83
30 - 39 ปี	50	53.19
40 – 49 ปี	27	28.72
50 – 59 ปี	4	4.26
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 53.19 รองลงมาอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 28.72 และอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 13.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	3	3.19
6-10 ปี	17	18.09
11-15 ปี	26	27.66
16-20 ปี	30	31.91
ตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป	18	19.15
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการทำงานมากที่สุดคือ 16-20 ปี ร้อยละ 31.91 รองลงมา 11-15 ปี ร้อยละ 27.66 และตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	47	50.00
กรรมการผู้จัดการ	6	6.38
ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	17	18.09
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน	24	25.53
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งงานคือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 50.00 รองลงมา ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ร้อยละ 25.53 และผู้จัดการฝ่ายส่งออก ร้อยละ 18.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	17	18.09
อุตสาหกรรมผ้าและสิ่งทอ	12	12.77
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	3	3.19
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	1	1.06
อุตสาหกรรมการแปรรูปไม้	29	30.85
อุตสาหกรรมเกษตร	2	2.13
อุตสาหกรรมอาหาร	2	2.13
ผู้จัดจำหน่ายธุรกิจ	1	1.06
ผู้ค้าส่งธุรกิจ	3	3.19
ผลิตและจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา เซรามิก	10	10.64
สินค้าหัตถกรรม	5	5.32
อุตสาหกรรมอื่นๆ	9	9.57
รวม	94	100.00

หมายเหตุ: อุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ เทียนหอม (4 คน) - ของขวัญ (1 คน) - สบู่และน้ำหอม (อโรมา) (2 คน)
ชุดอุปกรณ์งานฝีมือและงานอดิเรกทันสมัย (1 คน)

จากตารางที่ 5 พบว่าประเภทของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ ร้อยละ 30.85 รองลงมา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 18.09 และอุตสาหกรรมผ้าและสิ่งทอและอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ เท่ากัน ร้อยละ 12.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500,000 บาท	24	25.53
500,000-1,000,000 บาท	44	46.81
1,000,001-5,000,000 บาท	18	19.15
5,000,001-10,000,000 บาท	7	7.45
มากกว่า 10,000,000 บาท	1	1.06
รวม	94	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามมียอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 46.81 รองลงมาต่ำกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 25.53 และ 1,000,001-5,000,000 บาท ร้อยละ 19.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลูกค้าหลักของธุรกิจ

ลูกค้าหลักของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เอเชีย	48	51.06
ยุโรป	64	68.09
อเมริกา	64	68.09
ตะวันออกกลาง	1	1.06
อื่นๆ	3	3.19

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 94 ราย

อื่นๆ ได้แก่ - ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์ (1 คน) - ออสเตรเลีย (1 คน) - ออสเตรเลีย, รัสเซีย (1 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามมีลูกค้าหลักของธุรกิจมากที่สุดคือ ยุโรป และอเมริกา เท่ากัน ร้อยละ 68.09 รองลงมา เอเชีย ร้อยละ 51.06 และอื่นๆ ร้อยละ 3.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการ
ด้านการค้าต่างประเทศ

สถาบันการเงินที่ใช้บริการด้านการค้า ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	52	55.32
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	21	22.34
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	38	40.43
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	36	38.30
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (มหาชน)	3	3.19

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 94 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าธนาคารพาณิชย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการด้านการค้า
ต่างประเทศมากที่สุดคือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 55.32 รองลงมา ธนาคารกสิกร
ไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 40.43 และ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 38.30
ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศ (ด้านการส่งออก) ที่ใช้กับธนาคารพาณิชย์

ประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศ (ด้านการส่งออก) ที่ใช้กับธนาคารพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
บริการแจ้งเลตเตอร์ออฟเครดิต	23	24.47
บริการเรียกเก็บหรือรับซื้อตั๋วเงินสินค้าออกภายใต้เลตเตอร์ออฟเครดิต	20	21.28
บริการส่งตั๋วหรือรับซื้อตั๋วเงินเพื่อเรียกเก็บไปยังต่างประเทศ	5	5.32
บริการเงินโอนขาเข้าเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ	91	96.81
บริการสินเชื่อเพื่อการส่งออก	11	11.70
บริการจองอัตราแลกเปลี่ยนซื้อล่วงหน้า	4	4.26

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 94 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศ (ด้านการส่งออก) ที่ใช้กับธนาคารพาณิชย์คือ บริการเงินโอนขาเข้าเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ ร้อยละ 96.81 รองลงมา บริการแจ้งเลตเตอร์ออฟเครดิต ร้อยละ 24.47 และบริการเรียกเก็บหรือรับซื้อตั๋วเงินสินค้าออกภายใต้เลตเตอร์ออฟเครดิต ร้อยละ 21.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธุรกิจ

ลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการเป็นประจำ เนื่องจากมีขอดีการ ส่งออกเป็นประจำ	88	93.62
ใช้บริการเป็นครั้งคราว เนื่องจากมีขอดีการ ส่งออกเป็นบางครั้งๆ	6	6.38
รวม	94	100.00

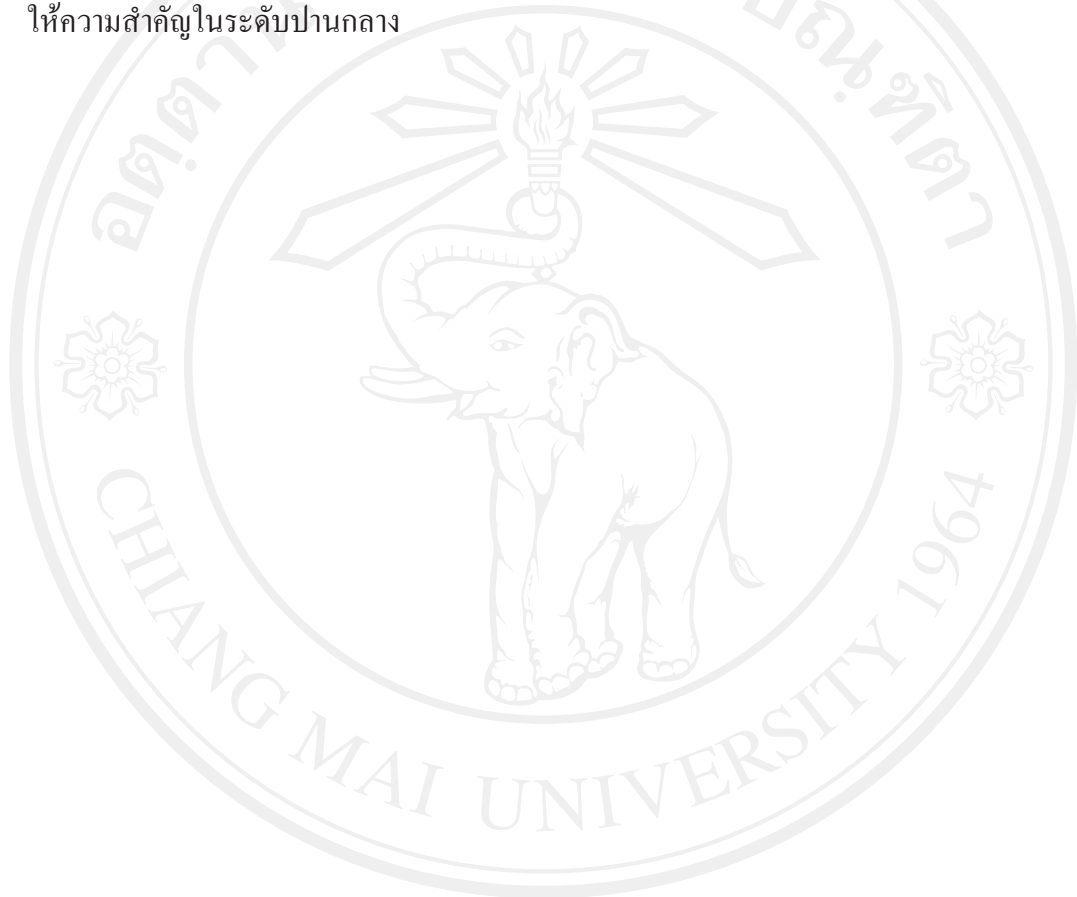
จากตารางที่ 10 พบว่าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ คือ ใช้บริการเป็นประจำ เนื่องจากมีขอดีการส่งออกเป็นประจำ ร้อยละ 93.62 ใช้บริการเป็นครั้งคราว เนื่องจากมีขอดีการส่งออกเป็นบางครั้งๆ ร้อยละ 6.4

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก
ตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของธนาคาร	34 (36.17)	40 (42.55)	20 (21.28)	0 (0.0)	0 (0.00)	4.15 (มาก)	5
มีความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์การค้าต่าง ประเทศด้านการส่งออก	29 (30.85)	45 (47.87)	15 (15.96)	5 (5.32)	0 (0.00)	4.04 (มาก)	6
เทคโนโลยีในการ ให้บริการทันสมัย	42 (44.68)	47 (50.00)	5 (5.32)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.39 (มาก)	3
ธนาคารได้รับรางวัลใน ด้านการเป็นผู้ให้บริการ ด้านการค้าต่างประเทศที่ดี ที่สุดของประเทศไทย	0 (0.00)	45 (47.87)	29 (30.85)	15 (15.96)	5 (5.32)	3.21 (ปานกลาง)	7
มีการให้บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน	80 (85.11)	9 (9.57)	5 (5.32)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.80 (มากที่สุด)	1
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	70 (74.47)	19 (20.21)	5 (5.32)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.64 (มากที่สุด)	2
มีผู้ชำนาญการด้านการค้า ต่างประเทศไปให้ คำปรึกษา ถึงสถานที่ ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้า ประสบกับปัญหาด้าน การค้าต่างประเทศและ ต้องการคำแนะนำ	54 (57.45)	26 (26.60)	0 (0.0)	15 (15.96)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	4
มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยน ประจำวันให้กับลูกค้าผ่าน ทางโทรศัพท์มือถือด้วย ระบบอัตโนมัติ	14 (14.89)	5 (5.32)	46 (48.94)	9 (9.57)	20 (21.28)	2.83 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.04 (มาก)	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ค่าเฉลี่ยระดับความ สำคัญของปัจจัยย่อยด้าน ผลกระทบที่เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้อง ครอบคลุม และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ที่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย และมีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ให้มีความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น	34 (36.17)	41 (43.62)	19 (20.21)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)	3
อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น	45 (47.87)	26 (27.66)	23 (24.47)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	2
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น	49 (52.13)	26 (27.66)	19 (20.21)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.32 (มาก)	1
วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	35 (37.23)	30 (31.91)	24 (25.53)	5 (5.32)	0 (0.00)	4.01 (มาก)	4
สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้	47 (50.00)	18 (19.15)	14 (14.89)	5 (5.32)	10 (10.64)	3.93 (มาก)	5
สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้	47 (50.00)	13 (13.83)	14 (14.89)	10 (10.64)	10 (10.64)	3.82 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.08 (มาก)	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามระดับค่าเฉลี่ย ได้แก่อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ ที่บ้าน	46 (48.94)	38 (30.43)	5 (5.32)	5 (5.32)	0 (0.00)	4.33 (มาก)	2
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรม ด้านการค้าต่างประเทศมี มาก	44 (46.81)	29 (30.85)	16 (17.02)	5 (5.32)	0 (0.00)	4.19 (มาก)	4
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ ในย่านชุมชน	30 (31.91)	20 (21.28)	33 (35.11)	11 (11.70)	0 (0.00)	3.73 (มาก)	7
ทำเลที่ตั้งของธนาคาร สะดวกต่อการเดินทาง	41 (43.62)	39 (41.49)	9 (9.57)	5 (5.32)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	3
สถานที่จอดรถสะดวก	25 (26.60)	48 (51.06)	9 (9.57)	12 (12.77)	0 (0.00)	3.91 (มาก)	6
สามารถทำธุรกรรมด้าน การค้าต่างประเทศผ่าน ทางอินเทอร์เน็ตได้	46 (48.94)	19 (20.21)	14 (14.89)	10 (10.64)	5 (5.32)	3.97 (มาก)	5
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย	64 (68.09)	16 (17.02)	14 (14.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.53 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.13 (มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	10 (10.64)	33 (35.11)	42 (44.68)	9 (9.57)	0 (0.00)	3.47 (ปานกลาง)	5
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วน และเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	36 (38.30)	30 (31.91)	23 (24.47)	5 (5.32)	0 (0.00)	4.03 (มาก)	2
มีผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	22 (23.40)	24 (25.53)	29 (30.85)	19 (20.21)	0 (0.00)	3.52 (มาก)	4
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี	44 (46.81)	40 (42.55)	10 (10.64)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	1
เป็นสปอนด์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก	5 (5.32)	9 (9.57)	44 (46.81)	31 (32.98)	5 (5.32)	2.77 (ปานกลาง)	10
มีการจัดทำคู่มือป้องกันลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	15 (15.96)	27 (28.72)	25 (26.60)	17 (18.09)	10 (10.64)	3.21 (ปานกลาง)	7
มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	10 (10.64)	20 (21.28)	43 (45.74)	12 (12.77)	9 (9.57)	3.11 (ปานกลาง)	8
มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	14 (14.89)	36 (38.3.0)	34 (36.17)	10 (10.64)	0 (0.00)	3.57 (มาก)	3

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการทำประโยชน์ เพื่อสังคม เช่น การบริจาค เสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	5 (5.32)	14 (14.89)	50 (53.19)	25 (26.60)	0 (0.00)	2.99 (ปานกลาง)	9
มีการส่งจดหมายตรงและ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อ แจ้งรายการส่งเสริมการขาย ต่างๆ เช่น การให้คู่มือ ส่วนลดค่าธรรมเนียม การ จัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	12 (12.77)	28 (29.79)	34 (36.17)	10 (10.64)	10 (10.64)	3.23 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						3.42 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อย
ด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง พนักงานที่
ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอรรถาศัยไมตรีดี มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูล ข่าวสารทางการค้า
ต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีผู้อำนวยการด้านการค้าต่างประเทศไป
นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้าน
การค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	มาก	3
ด้านราคา	4.08	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	มาก	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.42	ปานกลาง	4

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน

เหตุผลที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	อันดับ 1 (3 คะแนน)		อันดับ 2 (2 คะแนน)		อันดับ 3 (1 คะแนน)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่ใช้บริการอยู่ก่อน	16	55.2	8	27.6	5	17.2	4.83	5
พนักงานธนาคารชักชวน	0	0.0	0	0.0	6	100.00	1.00	7
ต้องการใช้บริการกับธนาคารชั้นนำที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ	24	35.8	14	20.9	29	43.3	11.17	1
ค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น	7	10.1	53	76.8	9	9.6	11.50	2
อัตราแลกเปลี่ยนสามารถต่อรองได้	30	50.8	9	15.3	20	33.9	9.83	3
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น	4	25.0	8	50.0	4	25.0	2.67	6
มีวงเงินสินเชื่ออยู่กับธนาคารแห่งนี้มาก่อนแล้ว	13	39.4	2	6.1	18	54.5	5.50	4
อื่นๆ	1	33.3	0	0.0	2	66.7	1.00	7

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ การบริการที่ดีของพนักงาน (3 คน)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน ลำดับแรก เพราะ ต้องการใช้บริการกับธนาคารชั้นนำที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 11.17 ลำดับที่ 2 เพราะ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 11.50 และ ลำดับที่ 3 เพราะ อัตราแลกเปลี่ยนสามารถต่อรองได้ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 9.83

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร	5 (5.32)	24 (25.53)	35 (37.23)	30 (31.91)	0 (0.00)	3.04 (ปานกลาง)	2
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยาก ไม่มีความปลอดภัย	10 (10.64)	9 (9.57)	42 (44.68)	33 (35.11)	0 (0.00)	2.96 (ปานกลาง)	3
ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (51.06)	43 (45.74)	3 (3.19)	2.48 (น้อย)	7
มีการให้บริการที่ผิดพลาดไม่ครบถ้วน	16 (17.02)	15 (15.96)	19 (20.21)	32 (34.04)	12 (12.77)	2.90 (ปานกลาง)	4
มีการให้บริการที่ล่าช้า	20 (21.28)	15 (15.96)	20 (21.28)	31 (32.98)	8 (8.51)	3.09 (ปานกลาง)	1
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษา ถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	4 (4.26)	20 (21.28)	35 (37.23)	30 (31.91)	5 (5.32)	2.87 (ปานกลาง)	5
ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	4 (4.26)	15 (15.96)	34 (36.17)	26 (27.66)	15 (15.96)	2.65 (ปานกลาง)	6

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านกาเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูง กว่าธนาคารอื่น	14 (14.89)	11 (11.70)	47 (50.00)	22 (23.40)	0 (0.00)	3.18 (ปานกลาง)	6
อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่า ธนาคารอื่น	14 (14.89)	21 (22.34)	50 (53.19)	9 (9.57)	0 (0.00)	3.43 (ปานกลาง)	1
อัตราค่าธรรมเนียมในการ ให้บริการสูงกว่าธนาคาร อื่น	19 (20.21)	13 (13.83)	47 (50.00)	15 (15.96)	0 (0.00)	3.38 (ปานกลาง)	3
วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรง ตามความต้องการของ ลูกค้า	24 (25.53)	8 (8.51)	38 (40.43)	16 (17.02)	8 (8.51)	3.26 (ปานกลาง)	5
ไม่สามารถต่อรองอัตรา แลกเปลี่ยนได้	23 (24.47)	18 (19.15)	29 (30.85)	19 (20.21)	5 (5.32)	3.37 (ปานกลาง)	4
ไม่สามารถต่อรองยอด อัตราค่าธรรมเนียมได้	23 (24.47)	22 (23.40)	25 (26.60)	19 (20.21)	5 (5.32)	3.41 (ปานกลาง)	2

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองยอด อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ สูงกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อ สูงกว่าธนาคารอื่น

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ ที่บ้าน	11 (11.70)	22 (23.40)	20 (21.28)	34 (36.17)	7 (7.45)	2.96 (ปานกลาง)	4
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรม ด้านการค้าต่างประเทศมี น้อย	13 (13.83)	17 (18.09)	37 (39.36)	34 (25.53)	3 (3.19)	3.14 (ปานกลาง)	1
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ ห่างไกลจากแหล่งชุมชน	4 (4.26)	17 (18.09)	32 (34.04)	33 (35.11)	8 (8.51)	2.74 (ปานกลาง)	7
ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่ สะดวกต่อการเดินทาง	11 (11.70)	23 (24.47)	19 (20.21)	28 (29.79)	13 (13.83)	2.90 (ปานกลาง)	5
ไม่สามารถทำธุรกรรม ด้านการค้าต่างประเทศ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้	10 (10.64)	23 (24.47)	26 (27.66)	25 (26.60)	10 (10.64)	2.98 (ปานกลาง)	3
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ กับลูกค้าที่มาใช้บริการ	5 (5.32)	24 (25.53)	32 (34.04)	22 (23.40)	11 (11.70)	2.89 (ปานกลาง)	6
ติดต่อทางโทรศัพท์โทร ติดยาก	17 (18.09)	15 (15.96)	28 (29.79)	21 (22.34)	13 (13.83)	3.02 (ปานกลาง)	2

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้า ต่างประเทศมีน้อย ติดต่อทางโทรศัพท์โทรติดยาก ไม่ สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ ไกลสถานที่ทำงาน /ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของ ธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำเลที่ตั้งของ ธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการโฆษณาโดยผ่าน สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	9 (9.57)	45 (47.87)	32 (34.04)	8 (8.51)	0 (0.00)	2.59 (ปานกลาง)	10
ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูล ข่าวสารทางด้านการค้า ต่างประเทศอย่างครบถ้วน และเป็นประโยชน์ต่อ ลูกค้า	7 (7.45)	20 (21.28)	32 (34.04)	30 (31.91)	5 (5.32)	2.94 (ปานกลาง)	3
ไม่มีผู้ชำนาญการด้าน การค้าต่างประเทศไป นำเสนอผลิตภัณฑ์และ บริการถึงสถานที่ทำงาน ของลูกค้า	5 (5.32)	27 (28.72)	37 (39.36)	25 (26.60)	0 (0.00)	3.13 (ปานกลาง)	1
พนักงานที่ให้บริการด้าน การค้าต่างประเทศไม่มี อัธยาศัยไมตรีที่ดี	9 (9.57)	13 (13.83)	24 (25.53)	45 (47.87)	3 (3.19)	2.79 (ปานกลาง)	7
ไม่ได้เป็นสปอนเซอร์ การจัดงานที่เกี่ยวกับการ ส่งออก	0 (0.00)	14 (14.89)	34 (36.17)	43 (45.74)	3 (3.19)	2.63 (ปานกลาง)	9
ไม่มีการจัดทำคู่มือ ส่วนลดค่าธรรมเนียม ให้กับลูกค้า	0 (0.00)	19 (20.21)	47 (50.00)	28 (27.79)	0 (0.00)	2.90 (ปานกลาง)	4
ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ ความรู้ด้านการค้า ต่างประเทศแก่ลูกค้าโดย ไม่คิดค่าใช้จ่าย	0 (0.00)	19 (20.21)	40 (42.55)	35 (37.23)	0 (0.00)	2.83 (ปานกลาง)	5

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	0 (0.00)	19 (20.21)	34 (36.17)	33 (35.11)	8 (8.51)	2.68 (ปานกลาง)	8
ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลด คำธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	10 (10.64)	14 (14.89)	23 (24.47)	39 (41.49)	8 (8.51)	2.78 (ปานกลาง)	6
ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	0 (0.00)	9 (9.57)	33 (35.11)	42 (44.68)	10 (10.64)	2.44 (น้อย)	11

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่พบปัญหาในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.03 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การค้าต่างประเทศด้านการส่งออก	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)	4.39 (มาก)
ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	3.31 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน	4.79 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.66 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษาถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	4.31 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	3.10 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย และมีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)
อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น	4.31 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)
วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.24 (มาก)	3.91 (มาก)	4.01 (มาก)
สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	4.31 (มาก)	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมี มาก	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	3.97 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก	4.07 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)
สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทาง อินเทอร์เน็ตได้	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย	4.66 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่องติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	3.55 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
มีผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	3.62 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี	4.34 (มาก)	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)
เป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก	3.00 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	3.34 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	3.31 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีการจัดการสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.69 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	3.14 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	3.45 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง เป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ และมีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอัธยาศัยไมตรีดี มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามีการจัดการสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของกิจการ n=47	กรรมการผู้จัดการ n=6	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก n=17	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน n=24	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)
มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การค้าต่างประเทศด้านการส่งออก	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)
เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย	4.40 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.39 (มาก)
ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	3.23 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน	4.85 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.72 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
มีผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษาถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)	3.88 (มาก)	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)
มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	2.85 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงานเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ชนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย และมีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย และ มีการให้บริการที่รวดเร็ว ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ชนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ชนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย และ มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และ มีการให้บริการที่รวดเร็ว ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ชนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย และ มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน	รวม
	n=47	n=6	n=17	n=24	N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)
อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)
วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)
สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้	4.04 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.53 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)
สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้	3.91 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.41 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำ

กว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น และวงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้ และสามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยนได้

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของกิจการ n=47	กรรมการผู้จัดการ n=6	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก n=17	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน n=24	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	4.40 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีมาก	4.34 (มาก)	3.67 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	3.77 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง	4.30 (มาก)	4.17 (มาก)	4.41 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)
สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย	4.60 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดหน้ายเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง การติดต่อทางโทรศัพท์ทำได้ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางทางการจัดหน้าย เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางทางการจัดหน้าย เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดหน้าย ทุกปัจจัยย่อยใน ระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน /ที่บ้าน จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีมาก และ ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ สถานที่จอดรถสะดวก และ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน	รวม
	n=47	n=6	n=17	n=24	N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	3.51 (มาก)	2.83 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.09 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอริยาศยไมตรีดี	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.26 (มาก)
เป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก	2.85 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	3.23 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	3.00 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน	รวม
	n=47	n=6	n=17	n=24	N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลด ค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	3.34 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลด ค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก มีการจัดทำคูปองส่วนลด ค่าธรรมเนียม ให้กับลูกค้า มีการแจกของให้แก่ลูกค้า ในช่วงเทศกาลสำคัญ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ และเป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการแจกของให้แก่ลูกค้า ในช่วงเทศกาลสำคัญและมีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลด ค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต และเป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการแจกของให้แก่ลูกค้า ในช่วงเทศกาลสำคัญ มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ และมีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออกเป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก มีการจัดทำคู่มือ ส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ เป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อปัจจัยด้าน ผลลัพธ์ที่จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลลัพธ์	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000-1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของธนาคาร	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)
มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การค้าต่างประเทศด้านการส่งออก	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	3.21 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน	4.88 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.71 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษาถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	4.38 (มาก)	4.26 (มาก)
มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	2.79 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน และมีการให้บริการที่รวดเร็ว ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน มีการให้บริการที่รวดเร็ว ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการให้บริการที่ถูกต้องครบถ้วน มีการให้บริการที่รวดเร็ว เทคโนโลยีในการให้บริการทันสมัย ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในเรื่อง ธนาคารได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย และมีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

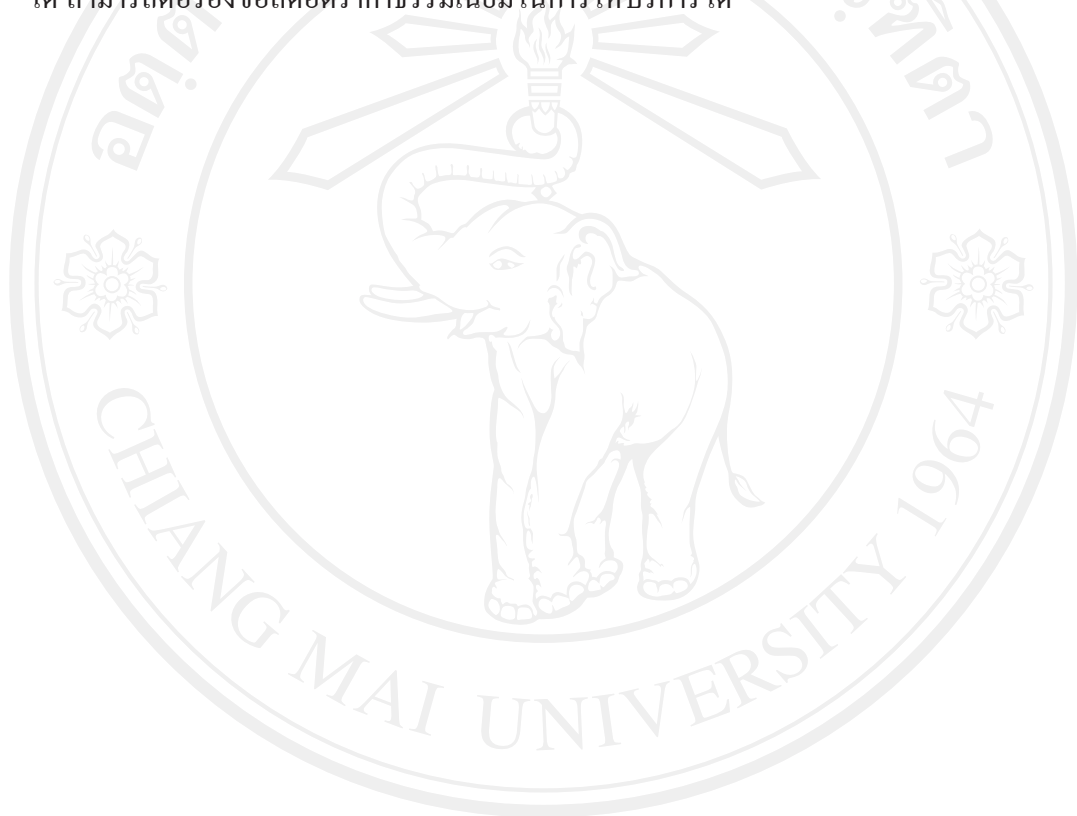
ปัจจัยด้านราคา	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)
อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น	4.38 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.46 (มาก)	4.20 (มาก)	4.38 (มาก)	4.32 (มาก)
วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.17 (มาก)	3.86 (มาก)	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)
สามารถสำรองอัตราแลกเปลี่ยนได้	4.17 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
สามารถสำรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้	4.08 (มาก)	3.66 (มาก)	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสามารถสำรองอัตราแลกเปลี่ยนได้ สามารถสำรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่า

ธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยน
ได้ สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถามขอขยายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ
ต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ
ต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่า
ธนาคารอื่น วงเงินที่ธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถต่อรองอัตราแลกเปลี่ยน
ได้ สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	4.63 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมี มาก	4.54 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	3.96 (มาก)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง	4.46 (มาก)	4.05 (มาก)	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก	4.21 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)
สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่าน ทางอินเทอร์เน็ตได้	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย	4.71 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน และ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีมาก ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ขอขยายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาทให้
 ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยใน ระดับมากเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย
 ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้า
 ต่างประเทศมีมาก ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการ
 เดินทาง สถานที่จอดรถสะดวก สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้
 ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ขอขยายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ
 ต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง ติดต่อทาง
 โทรศัพท์ได้ง่าย ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริม การตลาด จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้า ต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อ ลูกค้า	4.33 (มาก)	3.80 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)
มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอ ผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	3.63 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมี อัธยาศัยไมตรีดี	4.42 (มาก)	4.16 (มาก)	4.27 (มาก)	4.26 (มาก)
เป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก	2.79 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	3.29 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีการจัดการสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้า ต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อ สังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการ ขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	3.33 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้า เพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก มีการจัดทำคูปองส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า และมีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ และเป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอรรถยาชัยไมตรีดี พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอรรถยาชัยไมตรีดี มีการจัดการสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศมีอรรถยาชัยไมตรีดี การโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีผู้อำนวยการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน
จำแนกตาม เพศ ตำแหน่ง และยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

5.1 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน
ปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
เพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร	3.31 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าไยยาก ไม่มีความปลอดภัย	3.17 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในการเป็นผู้ให้บริการ ด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	2.62 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.48 (น้อย)
มีการให้บริการที่ผิดพลาด ไม่ครบถ้วน	3.38 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ล่าช้า	3.45 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้ คำปรึกษา ถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้า ประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและต้องการ คำแนะนำ	3.31 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้า ผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	2.93 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการให้บริการที่ล่าช้า มีการให้บริการที่ผิดพลาด ไม่ครบถ้วน การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร ไม่มีผู้ชำนาญการ ด้านการค้าต่างประเทศไปให้คำปรึกษา ถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหา ด้านการค้าต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ และธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการ ด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับ ปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านด้านราคา	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น	3.31 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น	3.69 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น	3.76 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.79 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้	3.86 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้	3.93 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยย่อย ในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง

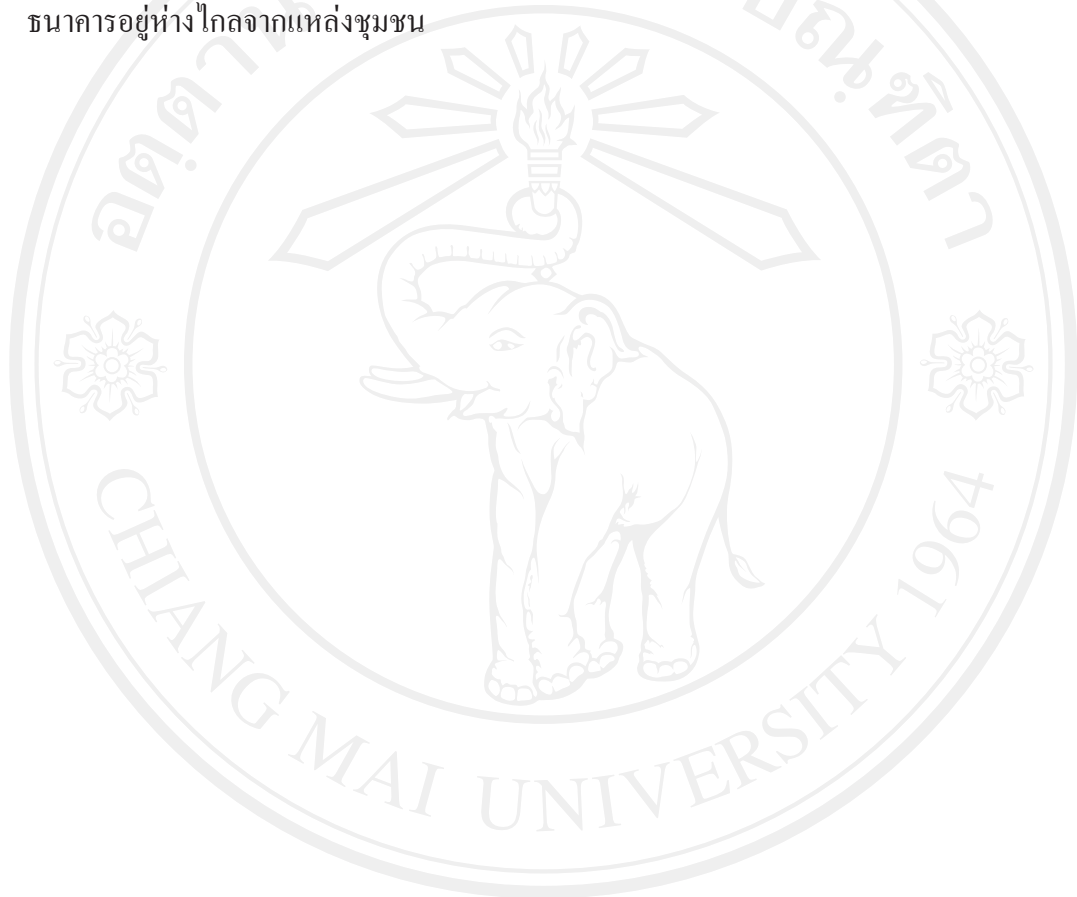
ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อย ในระดับ ปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ และวงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	3.24 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย	3.41 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน	2.83 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.14 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้	3.45 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	2.62 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก	2.93 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม มเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย n=29	หญิง n=65	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	2.62 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	3.17 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	2.93 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ไม่ได้เป็นสปอนต์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก	2.76 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	3.21 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.24 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	2.97 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก	3.31 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	2.72 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)	2.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ไม่มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ไม่มีการประชุมสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ไม่ได้เป็นสปอนด์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ และไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถาม มเพศหญิง ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ไม่มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ไม่ได้เป็นสปอนด์เซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการส่งออก ไม่มีการประชุมสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

5.2 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน
ปัจจุบัน จำแนกตามตำแหน่ง

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
ตำแหน่ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของ กิจการ n=47	กรรมการ ผู้จัดการ n=6	ผู้จัดการฝ่าย ส่งออก n=17	ผู้จัดการฝ่าย บัญชี/ การเงิน n=24	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการไม่มีความหลากหลาย และครบวงจร	2.98 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยาก ไม่มีความปลอดภัย	2.98 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการ เป็นผู้ให้บริการด้านการค้า ต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศ ไทย	2.51 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.48 (น้อย)
มีการให้บริการที่ผิดพลาด ไม่ ครบถ้วน	2.96 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ล่าช้า	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้า ต่างประเทศไปให้คำปรึกษา ถึง สถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้า ประสบกับปัญหาด้านการค้า ต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ	2.89 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยน ประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทาง โทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	2.79 (ปานกลาง)	1.83 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ระดับของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้คือ มีการให้บริการที่ล่าช้า มีการให้บริการที่ล่าช้า และการบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยาก ไม่มีความปลอดภัย ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้ คำปรึกษา ถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและ ต้องการคำแนะนำ ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วย ระบบอัตโนมัติ และธนาคารไม่ได้รับรางวัลในการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดี ที่สุดของประเทศไทย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยน ประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับ น้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยน ประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับ น้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหา ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับ รางวัลในการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของ ปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม ตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของ กิจการ n=47	กรรมการ ผู้จัดการ n=6	ผู้จัดการฝ่าย ส่งออก n=17	ผู้จัดการฝ่าย บัญชี/ การเงิน n=24	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อสูงกว่า ธนาคารอื่น	3.17 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น	3.51 (มาก)	3.83 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมในการ ให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น	3.47 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตาม ความต้องการของลูกค้า	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองตัวอัตรา แลกเปลี่ยนได้	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตรา ค่าธรรมเนียมได้	3.43 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ระดับของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง อัตราแลกเปลี่ยน ต่ำกว่าธนาคารอื่น ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตาม ความต้องการของลูกค้า ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านราคา ในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ ไม่สามารถต่อรองตัวอัตรา แลกเปลี่ยนได้ ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น

อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น เท่ากัน และวงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหา ปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ ไม่สามารถต่อรอง ขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น อัตราค่าธรรมเนียมในการ ให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น เท่ากัน ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ อัตราดอกเบี้ย สิ้นเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น และวงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของ กิจการ n=47	กรรมการ ผู้จัดการ n=6	ผู้จัดการฝ่าย ส่งออก n=17	ผู้จัดการฝ่าย บัญชี/ การเงิน n=24	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกล สถานที่ทำงาน/ที่บ้าน	2.85 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้าน การค้าต่างประเทศมีน้อย	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกล จากแหล่งชุมชน	2.68 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	3.04 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวก ต่อการเดินทาง	2.74 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	2.65 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้า ต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้	2.96 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับ ลูกค้าที่มาใช้บริการ	2.85 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก	2.91 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.76 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานเจ้าของกิจการ ให้ระดับของ
ปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใน ระดับ ปานกลางทุกปัจจัยย่อย เรียงลำดับตาม
ค่าเฉลี่ยได้แก่จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ไม่สามารถทำธุรกรรมด้าน
การค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ และ ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก ทำเลที่ตั้งของธนาคาร
ตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำเลที่ตั้งของ
ธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใน ระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ และ ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ และทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของ กิจการ	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการฝ่าย ส่งออก	ผู้จัดการฝ่าย บัญชี/ การเงิน	รวม
	n=47	n=6	n=17	n=24	N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้าย โฆษณา อินเทอร์เน็ต	2.45 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ทางการค้าต่างประเทศอย่าง ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อ ลูกค้า	2.77 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้า ต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการถึงสถานที่ทำงานของ ลูกค้า	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้า ต่างประเทศไม่มีอรรถาศัยไม่ตรีที่ดี	2.83 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ไม่ได้เป็นสปอนด์เซอร์การจัดงาน ที่เกี่ยวกับการส่งออก	2.68 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดทำคู่มือส่วนลด ค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า	2.96 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้า โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	2.94 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ การทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	2.74 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งงาน				
	เจ้าของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน	รวม
	n=47	n=6	n=17	n=24	N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก	2.91 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	3.06 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	2.45 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.44 (น้อย)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน เจ้าของกิจการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต และ ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน กรรมการผู้จัดการ ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก ไม่ได้เป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก และ ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า

ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก และไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ไม่มีการจัดทำคูปองส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้ พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีอธยาศัยไมตรีที่ดี ไม่มีการโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต และไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี/การเงิน ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก และไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

5.3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน

ปัจจุบัน จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร	2.67 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยาก ไม่มีความปลอดภัย	2.75 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในด้านการเป็นผู้ให้บริการ ด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย	2.46 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.48 (น้อย)
มีการให้บริการที่ผิดพลาด ไม่ครบถ้วน	2.58 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
มีการให้บริการที่ล่าช้า	2.71 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปให้ คำปรึกษา ถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้า ประสบกับปัญหาด้านการค้าต่างประเทศและ ต้องการคำแนะนำ	2.58 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้า ผ่านทางโทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ	2.54 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับรางวัลในการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการให้บริการที่ล่าช้า การบริการไม่มีความหลากหลายและครบวงจร และระบบเทคโนโลยีที่ใช้เข้าใจยาก ไม่มีความปลอดภัย การให้บริการที่ผิดพลาดไม่ครบถ้วน ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้า ต่างประเทศไปให้คำปรึกษา ถึงสถานที่ทำงานของลูกค้า เมื่อลูกค้าประสบกับปัญหาด้านการค้า ต่างประเทศและต้องการคำแนะนำ และไม่มีการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันให้กับลูกค้าผ่านทาง โทรศัพท์มือถือด้วยระบบอัตโนมัติ

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหา ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ธนาคารไม่ได้รับ รางวัลในการเป็นผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ดีที่สุดของประเทศไทย ที่ให้ระดับของ ปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยปัจจัยด้านราคาจำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น	2.71 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น	3.29 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.08 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้	3.21 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้	3.21 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่าธนาคารอื่น และไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคา เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อสูงกว่าธนาคารอื่น และ วงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหา
ปัจจัยย่อยด้านราคา ทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน
ต่ำกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองขอลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ อัตราค่าธรรมเนียมในการ
ให้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น ไม่สามารถต่อรองตัวอัตราแลกเปลี่ยนได้ อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อสูงกว่า
ธนาคารอื่น และวงเงินที่ธนาคารให้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/ที่ บ้าน	2.29 (น้อย)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมี น้อย	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชน	2.25 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.17 (น้อย)	3.18 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่าน ทางอินเทอร์เน็ตได้	2.54 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	2.71 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ได้ยาก	2.42 (น้อย)	3.30 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท
ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับน้อย ยกเว้น
ในเรื่อง จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับ
ลูกค้าที่มาใช้บริการ และไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ที่
ให้ระดับของปัญหาในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของ
ปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย

ได้แก่ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง สถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ไกลสถานที่ทำงาน/ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกต่อการเดินทาง ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก และจำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย ไม่สามารถทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ จำนวนสาขาที่ทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศมีน้อย และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there is a decorative floral or sunburst-like symbol.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 500,000 บาท n=24	500,000- 1,000,000 บาท n=44	1,000,001 บาทขึ้นไป n=26	รวม N=94
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณาโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต	2.04 (น้อย)	2.77 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้า ต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อ ลูกค้า	2.29 (น้อย)	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไป นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงาน ของลูกค้า	2.96 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มี อัธยาศัยไมตรีที่ดี	2.38 (น้อย)	2.98 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ไม่ได้เป็นสปอนเซอร์การจัดงานที่เกี่ยวกับการ ส่งออก	2.58 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับ ลูกค้า	2.96 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้า ต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	2.83 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์ เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้	2.71 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้ง รายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือ ส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ส่งออก	2.88 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
ไม่มีการแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ	2.38 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.44 (น้อย)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ระดับของปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีอรรถาศัยไม่ตรีที่ดี และไม่มี การแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถาม มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,000-1,000,000 บาท ให้ระดับของ ปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลางเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่มีผู้ชำนาญการด้านการค้าต่างประเทศไปนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการถึงสถานที่ทำงาน ของลูกค้า ไม่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการค้าต่างประเทศอย่างครบถ้วนและเป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า และ พนักงานที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศไม่มีอรรถาศัยไม่ตรีที่ดี ไม่มีการ จัดทำคู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้า ไม่มีการจัดงานสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้า ต่างประเทศแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ((E-mail) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงานสัมมนาแก่ผู้ออก ไม่มีการส่งจดหมายตรงและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับ ลูกค้าเพื่อแจ้งรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การให้คู่มือส่วนลดค่าธรรมเนียม การจัดงาน สัมมนาแก่ผู้ออก ไม่มีการโฆษณาโดยฝ่ายสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาคเสื้อผ้า ให้แก่เด็กผู้ยากไร้ ไม่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น การบริจาค เสื้อผ้าให้แก่เด็กผู้ยากไร้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับของปัญหา ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อย ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่อง ไม่มี การแจกของให้แก่ลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ ที่ให้ระดับของปัญหาในระดับน้อย

ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ในอำเภอ
เมือง จังหวัดเชียงใหม่

- ค่าธรรมเนียมธนาคารสูง (2 คน)
- ควรปรับปรุงขั้นตอนการทำธุรกรรมให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เช่น ระยะเวลาในการดำเนินการออกตั๋ว ระยะเวลาเรียกเก็บตั๋ว จะดีมาก (1 คน)
- อัตราค่าธรรมเนียมสูงไป (1 คน)
- พนักงานที่ให้บริการยังมีความรู้ความสามารถในการให้บริการน้อยเกินไป ในการให้บริการกล่าวคือมีข้อมูลและความเข้าใจน้อย (2 คน)
- ระบบข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความปลอดภัย และเชื่อถือได้สูงจะมีผลต่อการดำเนินธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด (1 คน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved