

บทที่ 5

การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูนครั้งนี้ แบ่งการสรุปผลการศึกษาออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านธุรกิจนำเข้าและส่งออกของบริษัท

จากการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ และยังเปิดดำเนินการอยู่ในปัจจุบันทั้งหมด 60 บริษัท (ข้อมูลถึงเดือนมิถุนายน 2543) แบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมได้ 9 ประเภท โดยมีบริษัทผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมากที่สุดเท่ากับ 23 บริษัท รองลงมาคือ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์จำนวน 8 บริษัท ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 20 ล้านบาท รองลงมา มีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 21-70 ล้านบาท มากกว่าขนาดของเงินทุนอื่นๆ มียอดขายรวมเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10 ล้านบาท รองลงมา มียอดขายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 11-40 ล้านบาท มากกว่ามูลค่ายอดขายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอื่นๆ โดยประเทศคู่ค้าของบริษัทส่วนใหญ่ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น รองลงมาเป็นประเทศอื่นๆ เช่น เยอรมัน ออสเตรเลีย ฮองกง เป็นต้น มากกว่าประเทศคู่ค้ารายอื่นๆ

ข้อมูลเกี่ยวกับการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทยนั้น บริษัทส่วนใหญ่ไม่เคยมีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทยเลยตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทจนกระทั่งถึงปัจจุบัน และรองลงมามีจำนวน 25 บริษัทเท่านั้น ที่ปัจจุบันมีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทยอยู่ โดยบริษัทที่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทยทั้ง 25 บริษัทนี้ มีจำนวน 18 บริษัทที่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทยเพียง 1 ท่าน รองลงมา มีจำนวน 4 บริษัทที่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทย 2 ท่าน และมีเพียง 1 บริษัทเท่านั้น ที่กำลังเจรจาร่วมลงทุนและ/หรือมีโครงการที่จะร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวไทยในอนาคต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจาก ธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการมีดังนี้

ปัจจัยภายนอกองค์กร (Environment factors) ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าหรือบริการ (Marketing mix) คือ บุคคลและเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ราคา สถานที่ และวัสดุสื่อสาร นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ อีก เช่น ระดับความต้องการซื้อรวมของลูกค้า ต้นทุนของเงิน อัตราการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การปรับปรุงทางการแข่งขัน สิ่งแวดล้อมเหล่านี้มีอิทธิพลอยู่เบื้องหลังการควบคุมทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรที่ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารที่เลือกใช้บริการเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงาน และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการเป็นอันดับแรก คือ การให้บริการที่รวดเร็ว และการเป็นธนาคารที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รองลงมา ให้ความสำคัญกับราคา คือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการและอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม นอกจากนี้ ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทยังให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยดังกล่าวแตกต่างกันตามตำแหน่งหน้าที่ โดยบริษัทที่มีกรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงิน เป็นผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับสำคัญมากที่สุด รองลงมา จะเป็นบริษัทที่มีรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้จัดการแผนกนำเข้าและ/หรือส่งออก หรือผู้จัดการแผนกอื่นๆ เช่น ผู้จัดการแผนกการตลาด เป็นต้น เป็นผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับสำคัญมาก

ในส่วนของปัจจัยภายนอกอื่นๆ ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูนให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ จากแบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ได้แบ่งปัจจัยด้านความสัมพันธ์ออกเป็น 3 ปัจจัย คือ ความสนิทสนมคุ้นเคยกับธนาคารและผู้บริหารของธนาคาร บริษัทคู่ค้าในต่างประเทศหรือบริษัทแม่แสดงความประสงค์หรือแนะนำให้ใช้บริการ และธนาคารมีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดี และทั่วถึงกับธนาคารตัวแทนทั่วโลก

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับธนาคารที่เลือกใช้บริการเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับธนาคารที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีและทั่วถึงกับธนาคารตัวแทนทั่วโลก นอกจากนี้ ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยดังกล่าวแตกต่างกันตามตำแหน่งหน้าที่ โดยบริษัทที่มีกรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้จัดการแผนกอื่นๆ เช่น ผู้จัดการแผนกการตลาด เป็นผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับสำคัญมาก รองลงมา จะเป็นบริษัทที่มีผู้จัดการแผนกนำเข้าและ/หรือส่งออก หรือผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงินเป็นผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ จากแบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ได้แบ่งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ออกเป็น 3 ปัจจัย คือ การเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือ และมั่นคง การเป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ และการเป็นธนาคารที่มีความเป็นไทย น่าภาคภูมิใจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคารที่เลือกใช้บริการเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีความน่าเชื่อถือ และมั่นคง เป็นอันดับแรก รองลงมา ให้ความสำคัญกับการเป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ นอกจากนี้ ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทยังให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยดังกล่าวแตกต่างกันตามตำแหน่งหน้าที่ โดยบริษัทที่มีกรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้จัดการแผนกอื่นๆ เช่น ผู้จัดการแผนกการตลาด เป็นผู้

บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ บริษัทที่มีรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ หรือผู้จัดการแผนกนำเข้า และ/หรือส่งออกเป็นผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational factors) คือ กลุ่มของอิทธิพลซึ่งอยู่ในกระบวนการซื้อ แต่ละบริษัทจะกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการ โครงสร้าง และระบบเป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อจึงมีอิทธิพลจากสิ่งเหล่านี้

จากการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของไทย รองลงมา เลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของธนาคารต่างประเทศ การเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ส่วนใหญ่บริษัทจะมีนโยบายในการเลือกใช้บริการเป็นของตนเองควบคู่กับนโยบายจากบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศ รองลงมา บริษัทสามารถกำหนดนโยบายการเลือกใช้บริการได้เองแต่เพียงผู้เดียว มีเพียง 8 บริษัทเท่านั้นที่รับนโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศโดยตรง

ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal factors) คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลซึ่งอยู่ในกระบวนการซื้อ ศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีสถานะ อำนาจ ความเห็นอกเห็นใจ การชักชวนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ขายได้รู้ถึงปัจจัยระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคารที่เลือกใช้บริการเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการได้รับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทผู้ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธนาคาร รองลงมา ให้ความสำคัญกับคำแนะนำของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกันซึ่งได้ใช้บริการอยู่ โดยผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวไม่แตกต่างกันตามตำแหน่งหน้าที่ ส่วนใหญ่ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัททุกตำแหน่งจะให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในระดับปานกลาง

ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual factors) คือ การตัดสินใจของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ และความชอบในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งอิทธิพลในการเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย โดยพิจารณาจากอายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ บุคลิกลักษณะทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ และอยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมา คือ ผู้บริหารตำแหน่งผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงินอยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดเช่นกัน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน บริษัทได้พบปัญหาจากการใช้บริการดังกล่าว ดังนี้

1. ด้านความสัมพันธ์ บริษัทผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก จากการศึกษพบว่า การรับนโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศแสดงความประสงค์หรือแนะนำให้ใช้บริการนั้น มีผลกระทบต่ออำนาจการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริหาร เนื่องจากบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจไม่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์อื่น แม้ว่าธนาคารพาณิชย์นั้นจะให้บริการที่ดีกว่า หรือมีความสัมพันธ์กับบริษัทมานาน เพราะบริษัทต้องใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่บริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศเป็นผู้กำหนดให้ เพื่อสะดวกในการทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศร่วมกัน

2. ด้านภาพลักษณ์ บริษัทผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับรายละเอียดของการเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือ และมั่นคง เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การเป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากการศึกษาพบว่า ภายหลังการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคาร บริษัทได้พบปัญหาพนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่น่าไว้วางใจ และไม่มียุทธศาสตร์ที่ดี ขาดความรู้ความเชี่ยวชาญ

ชาญในการปฏิบัติงานและไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นอย่างมาก

3. ด้านการให้บริการ บริษัทผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก จากการศึกษาพบว่า บริษัทพบกับปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการที่ไม่หลากหลายและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจร เช่น สาขาของธนาคารพาณิชย์บางแห่งไม่สามารถอนุมัติวงเงินด้านการค้าต่างประเทศได้เอง ต้องมีการขออนุมัติจากสำนักงานใหญ่ ซึ่งทำให้การบริการเกิดความล่าช้าและลูกค้าต้องรอนาน ขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ติดต่อกับธนาคารมีจำนวนมากเกินไป และปัญหาที่บริษัทให้ความสำคัญมากที่สุดอีกปัญหาหนึ่ง ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการให้บริการและต้นทุนอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการให้ความสำคัญกับปัญหานี้มาก

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัด ลำพูนครั้งนี้ ได้ใช้แนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และแนวความคิดตลาดองค์กร พบว่า

ด้านแนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่ง โดยการเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ เมื่อเขามีความต้องการ ณ สถานที่ที่เขาต้องการ ในรูปแบบที่เขาต้องการ โดยในส่วนของคุณภาพการให้บริการนั้น ลูกค้าให้ความสำคัญต่อลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในค่านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ให้บริการของธนาคารไม่สะดวกในการติดต่อ เป็นปัญหาที่พบบ่อย ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือก

ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ดังนั้น ธนาคารควรมีการเพิ่มจุดให้บริการ และปรับปรุงสถานที่ให้สะดวกสบายมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษา ที่ลูกค้าเข้าใจง่าย จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับจากธนาคารอย่างเพียงพอ ทัน สมัย และเข้าใจง่าย เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาคัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับระบบ IT และการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศด้านการค้าต่างประเทศที่ไม่ครบถ้วน ไม่น่าเชื่อถือ และเข้าใจยากนั้น ยังเป็นปัญหาที่พบมาก และเป็นลักษณะการให้บริการที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาคัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ดังนั้น ธนาคารควรมีการพัฒนา ระบบ IT และการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศด้านการค้าต่างประเทศที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และเข้าใจง่าย

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในการทำงาน จากการศึกษาพบว่า ระบบการทำงานที่ได้มาตรฐาน พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีนโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาคัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมาก และปัญหาเกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการให้บริการของบุคลากร ก็เป็นปัญหาที่พบมาก ดังนั้น พนักงานของธนาคารควรปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง และแม่นยำ เพื่อลดข้อผิดพลาดในการให้บริการแก่ลูกค้า

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง และมีวิจรรณญาณในการทำงาน จากการศึกษาพบว่า มนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองของพนักงาน เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาคัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมาก และเป็นปัญหาที่พบมากเช่นกัน ดังนั้นพนักงานของธนาคารควรสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความเป็นกันเองกับลูกค้า หมั่นหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในงานที่ดูแล และสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) ธนาคารและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับพนักงานของธนาคารไม่มีความน่าเชื่อถือ และไม่น่าไว้วางใจ เป็นปัญหาที่พบมาก ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการให้บริการที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ดังนั้น พนักงานของธนาคารควรปฏิบัติงานและปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง และครบวงจร เพื่อสามารถให้บริการกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและถูกต้องที่สุด เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมาก

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานต้องให้บริการ และแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ จากการศึกษาพบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพ เช่น การให้คำแนะนำด้านการค้าต่างประเทศที่ถูกต้อง การให้บริการที่ตรงตามความต้องการและทันเวลา เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมาก และปัญหาเกี่ยวกับพนักงานของธนาคาร ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในงานที่ดูแล และไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ เป็นปัญหาที่พบมาก ดังนั้น พนักงานของธนาคารควรสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญ และการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอน หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อกับธนาคารมีจำนวนมากเกินไป ก่อให้เกิดปัญหาและความเสี่ยงในกระบวนการให้บริการได้ นอกจากนั้น ปัญหาเกี่ยวกับระบบการจัดส่งและการรับเอกสารล่าช้า ก็เป็นปัญหาที่พบมาก ลักษณะการให้บริการดังกล่าว เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ดังนั้น ธนาคารควรมีการลดขั้นตอนการให้บริการและเอกสารที่ใช้ในการติดต่อที่ไม่จำเป็นลง และจัดระบบการจัดส่งและการรับเอกสารที่รัดกุมและรวดเร็ว

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้ จากการศึกษาพบว่า การให้บริการที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด นอกจากนั้นยังพบ ปัญหาการให้บริการที่ไม่มีระบบการบริหารการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นปัญหาที่พบมาก ดังนั้น ธนาคารควรจัดให้มีการพัฒนาระบบการบริหารการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002 เพื่อเพิ่มมาตรฐานและคุณภาพในการทำงานด้านการค้าต่างประเทศ และลักษณะการให้บริการที่บริษัทต้องการ

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออก ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เหมาะสม เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจาก

ธนาการพาณิชย์ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด และเป็นปัญหาที่พบบ่อยที่สุดเช่นกัน ดังนั้น การลดค่าธรรมเนียมในการให้บริการ และอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม จึงเป็นลักษณะการให้บริการที่บริษัทให้ความสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็ควรคำนึงผลประโยชน์สูงสุดของธนาการด้วย

ด้านแนวความคิดตลาดองค์กร องค์กรจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นของตนเอง โดยมีรูปแบบความจำเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ มีการพิจารณา ประเมินผล และเลือกผู้ขายวัตถุดิบในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดองค์กรในเรื่องของตลาดอุตสาหกรรมเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษาทั้งหมดเป็นบริษัทผู้ประกอบการประเภทอุตสาหกรรมจากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาการพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน มีความสอดคล้องกับแนวความคิดตลาดองค์กร ดังนี้

1. องค์กรไม่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค หรืออรรถประโยชน์ส่วนบุคคล แต่ต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อการผลิต ขายต่อ หรือการให้บริการต่อไป จากการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกจำเป็นต้องใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาการพาณิชย์ เพื่อให้การดำเนินธุรกรรมทางด้านการค้าระหว่างประเทศเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งการชำระเงินค่าสินค้าให้แก่บริษัทผู้ขายในต่างประเทศ และการรับชำระเงินจากผู้ซื้อในต่างประเทศ เพื่อการหมุนเวียนของเงินลงทุนในบริษัทและการบริหารงานที่ต่อเนื่องต่อไป

2. บุคคลหลายคนเกี่ยวกับการซื้อขององค์กร โดยเฉพาะรายการสินค้าที่สำคัญ ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจโดยทั่วไปมีความรับผิดชอบในองค์กร และตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าในแต่ละองค์กรจะมีผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจที่แตกต่างกันตามตำแหน่งหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และอำนาจความรับผิดชอบ โดยจะมีการจัดหาและรวบรวมข้อมูลในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คำแนะนำของบริษัทผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ

3. องค์กรจะกำหนดคนโยบาย เงื่อนไข และความต้องการเอาไว้ ซึ่งผู้ซื้อขององค์กรจะต้องระมัดระวังเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรกำหนดไว้ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่บริษัทจะมีอำนาจในการกำหนดคนโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศควบคู่ไปกับนโยบายจากบริษัทแม่ หรือมีการกำหนดคนโยบายการเลือกใช้บริการเอง แต่ก็มีบางบริษัทที่มีการกำหนดคนโยบายการใช้บริการโดยบริษัทแม่ในต่างประเทศ

4. เงื่อนไข ข้อเสนอ และสัญญาซื้อขาย จะต้องมีขึ้นในตลาดองค์กร

ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ซื้อที่เป็นตลาดอุตสาหกรรมต้องมีการตัดสินใจซื้ออย่างมีเหตุมีผล และต้องพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจ แบ่งออกเป็น

1. ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจการให้บริการทุกปัจจัย ได้แก่ สถานที่ บุคลากร เครื่องมือ วัสดุสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด อันดับแรก คือ เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการจะต้องมีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลาตามที่ลูกค้าต้องการ รองลงมา คือ ราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เหมาะสม นอกจากนี้ ผู้บริหารผู้บริหารระดับสูง เช่น กรรมการผู้จัดการใหญ่หรือรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับธนาคาร อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับรายละเอียดของความสนิทสนมคุ้นเคยกันกับธนาคารและผู้บริหารของธนาคาร

2. ปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลักอยู่ 3 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยภายในองค์กร เป็นกลุ่มของอิทธิพลซึ่งอยู่ในกระบวนการซื้อ แต่ละบริษัทจะกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการโครงสร้างและระบบเป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่า นโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์นั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน โดยบริษัทส่วนใหญ่จะมีการกำหนดนโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศควบคู่กับนโยบายของบริษัทแม่ในต่างประเทศ รองลงมา บริษัทจะสามารถกำหนดนโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศได้ด้วยตนเอง

ปัจจัยระหว่างบุคคล เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในกระบวนการซื้อ ศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีสถานะ อำนาจ ความเห็นอกเห็นใจ การชักชวนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ขายได้รู้ถึงปัจจัยระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ในรายละเอียดของการได้รับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ รองลงมา คือ คำแนะนำของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกัน

ปัจจัยเฉพาะบุคคล เป็นปัจจัยในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและความชอบในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งอิทธิพลในการเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่มีตำแหน่งหน้าที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการในระดับที่แตกต่างกันไป

3. ปัจจัยอื่นๆ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคารที่บริษัทเลือกใช้บริการให้ความสำคัญกับรายละเอียดของการเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือ และมั่นคง รุ่งลงมา คือ การเป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ เพื่อสามารถให้บริการด้านการค้าต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมนั้น อันดับแรกต้องขึ้นอยู่กับนโยบายการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศของบริษัทว่า มีการกำหนดนโยบายมาจากบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศในการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ หรือมีการกำหนดนโยบายร่วมกันระหว่างบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศกับบริษัทในนิคมอุตสาหกรรม หรือบริษัทมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแต่เพียงผู้เดียว โดยไม่ต้องรับนโยบายจากบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศ

หากเป็นบริษัทที่มีการกำหนดนโยบายร่วมกับบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศและบริษัทที่สามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศได้เอง สิ่งที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ รุ่งลงมา คือ ตำแหน่งหน้าที่ของผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันในแต่ละบริษัท โดยผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจในแต่ละตำแหน่งจะมีแนวความคิดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันตามอำนาจความรับผิดชอบและลักษณะของหน้าที่ที่รับผิดชอบในบริษัท จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริหารตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่มากกว่าตำแหน่งอื่น ผู้บริหารแต่ละตำแหน่งจะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยหลายด้านเพื่อประกอบการตัดสินใจ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับธนาคาร พบว่า บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เช่น กรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ จะให้ความสำคัญมากกับรายละเอียดของความสนิทสนมคุ้นเคยกับ

ธนาคารและผู้บริหารของธนาคาร ส่วนผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจตำแหน่งผู้จัดการแผนกนำเข้าและ/หรือส่งออก ผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงิน และผู้จัดการแผนกอื่น ๆ จะให้ความสำคัญมากกับรายละเอียดของบริษัทแม่หรือบริษัทคู่ค้าในต่างประเทศแสดงความประสงค์หรือแนะนำให้อำนาจการตัดสินใจโดยรวมในระดับสำคัญมาก

2. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคารที่บริษัทเลือกใช้บริการ พบว่า บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจทุกตำแหน่งให้ความสำคัญกับรายละเอียดของการเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นคง ยกเว้น ผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงิน ที่ให้ความสำคัญมากกับรายละเอียดของการเป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ

3. ปัจจัยด้านการให้บริการ พบว่า บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้โดยรวมในระดับสำคัญมาก ผู้บริหารที่มีอำนาจตัดสินใจตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดกับรายละเอียดของการให้บริการที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ให้ความสำคัญมากกับรายละเอียดของการพัฒนาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง ระบบการทำงานที่ได้มาตรฐาน มีนโยบายที่ชัดเจน การบริการที่มีคุณภาพ และมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองของพนักงาน ผู้จัดการแผนกนำเข้าและ/หรือส่งออก และผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงินให้ความสำคัญมากที่สุดกับรายละเอียดของค่าธรรมเนียมในการให้บริการและอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม ส่วนผู้จัดการแผนกอื่น ๆ เช่น ผู้จัดการแผนกการตลาด ให้ความสำคัญมากกับรายละเอียดของมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองของพนักงานผู้ให้บริการ

4. ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคาร พบว่า บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง โดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เช่น กรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ และผู้จัดการแผนกอื่น ๆ เช่น ผู้จัดการแผนกการตลาด จะให้ความสำคัญกับรายละเอียดของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆของธนาคาร ส่วนผู้จัดการแผนกนำเข้าและ/หรือส่งออก และผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงิน จะให้ความสำคัญกับรายละเอียดของคำแนะนำของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในนิคมอุตสาหกรรมเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ธนาคารพาณิชย์ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการในปัจจุบัน ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ในการให้บริการ เพื่อเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในการนำเสนอการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้มีความน่าเชื่อถือ ผู้บริหารของธนาคารพาณิชย์ที่มีการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ควรมีการพิจารณาถึงบริษัทที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณธุรกิจใหญ่และดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างปริมาณธุรกิจและรายได้จำนวนมากให้กับธนาคารพาณิชย์ได้ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม มีจำนวนเพียง 60 บริษัทเท่านั้น ดังนั้น หากผู้บริหารของธนาคารที่ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศต้องการปริมาณธุรกิจและรายได้ที่มีปริมาณสูงอย่างต่อเนื่อง ทางผู้บริหารจะต้องพยายามหากกลยุทธ์ และแนวทางการให้บริการที่มุ่งใจลูกค้าซึ่งเป็นบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรม ให้มาใช้บริการกับทางธนาคารให้มากที่สุด โดยต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์

ในส่วนของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ของธนาคารนั้น บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน ได้ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากกับการที่ธนาคารมีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีและทั่วถึงกับธนาคารตัวแทนในต่างประเทศ ดังนั้น พนักงานที่เกี่ยวข้องในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ควรศึกษาถึงกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประเทศต่าง ๆ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับธนาคารตัวแทนในต่างประเทศเพื่อให้การดำเนินธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศระหว่างธนาคารเป็นไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ ควรศึกษากฎหมาย หรือระเบียบประเพณีปฏิบัติด้านการค้าต่างประเทศ เพื่อสามารถให้คำแนะนำ และบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และช่วยในการป้องกันความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำธุรกรรมด้านการค้าต่างประเทศของลูกค้าอีกด้วย

2. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร

ในส่วนของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของธนาคารนั้น บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัด ลำพูน ได้ให้ความสำคัญกับการเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือ และมั่นคงในระดับสำคัญมาก รองลงมา คือ การเป็นธนาคารชั้นนำในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ดังนั้น ผู้บริหารของธนาคารและพนักงานทุกคน ต้องร่วมมือกันรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร โดยปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่น่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ นอกจากนี้ พนักงานผู้ให้บริการควรเข้ารับการฝึกอบรมตามโปรแกรมฝึกอบรมด้านการค้า

ต่างประเทศของธนาคารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแก้ไขปัญหาและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ธนาคารควรมีการประเมินผลการฝึกอบรมของพนักงานแต่ละคนหลังการฝึกอบรมด้วย นอกจากนี้ พนักงานผู้ให้บริการควรให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีและบริการที่ประทับใจให้แก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการ

3. ปัจจัยด้านการให้บริการ

ในส่วนของปัจจัยด้านการให้บริการนั้น บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับรายละเอียดของการให้บริการที่รวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ควบคู่ไปกับการสร้างความประทับใจในการบริการที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจในการได้รับบริการแล้วก็จะทำการแนะนำให้ผู้ประกอบการรายอื่นมาใช้บริการต่อไป และธนาคาร ก็ไม่ควรจะละเลยบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกรายย่อย หรือผู้ส่งออกรายย่อยที่ประกอบธุรกิจอยู่ในท้องถิ่น และกำลังมีการขยายตัวทางธุรกิจ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเช่นกัน เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยดังกล่าวนี้ อาจจะมีผลประกอบการและปริมาณธุรกิจที่ดีและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ ธนาคารควรมีการพัฒนาการให้บริการที่หลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการด้านการค้าต่างประเทศของลูกค้าได้ครบวงจร มีการลดขั้นตอนและเอกสารที่ใช้ในการติดต่อกับธนาคารเท่าที่จำเป็น

นอกจากการพัฒนาการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าของธนาคารแล้ว สิ่งที่บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยต้องการมากที่สุด คือ การกำหนดค่าธรรมเนียมการให้บริการ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เหมาะสม

4. ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ในส่วนของปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคาร บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ได้ให้ความสำคัญระดับปานกลาง กับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทผู้ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศของธนาคาร ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการทุกคน ควรสร้างการบริการที่ประทับใจ มีการแนะนำหรือให้ความรู้ด้านการค้าต่างประเทศที่เกี่ยวข้องเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงหรือมีข้อมูลรายละเอียดใหม่ ๆ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและทันเวลา