

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้สำหรับการวิจัย ดังนี้

2.1 ธนาคารพาณิชย์

กรณีการ ลิปตพัลลภ (2534) กล่าวถึงธนาคารพาณิชย์โดยสรุปได้ว่า ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่สำคัญที่สุดในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ พ.ศ. 2449 ก่อนสถาบันการเงินอื่น ๆ ทำให้ประชาชนรู้จักและมีความคุ้นเคยกับการใช้บริการ และทำธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์มาก่อน ทำให้การระดมเงินออมของพาณิชย์มาก่อน ทำให้การระดมเงินออมของประชาชนกระจุกตัวอยู่กับธนาคารพาณิชย์สูงกว่าสถาบันการเงินแหล่งอื่น

ธนาคารพาณิชย์รับฝากเงิน โดยทั่วไป ธนาคารพาณิชย์รับฝากเงิน 3 ประเภทหลัก ได้แก่

1. เงินฝากกระแสรายวัน (Demand Deposits) เป็นเงินฝากประเภทที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม โดยการใช้เช็ค ซึ่งธนาคารจะออกเช็คให้ลูกค้าไว้เพื่อการเบิกจ่ายจากบัญชีเงินฝากดังกล่าว เงินฝากประเภทนี้ธนาคารไม่จ่ายดอกเบี้ย หรืออีกนัยหนึ่งกล่าวได้ว่าเงินฝากประเภทนี้ เป็นเงินฝากที่สร้างโดยธนาคารพาณิชย์โดยเจ้าของบัญชีนำเงินสดฝากไว้ที่ธนาคารเมื่อเจ้าของบัญชีต้องการจะใช้ ก็เขียนเช็คสั่งจ่ายได้ทันทีธนาคารก็จะจ่ายเงินให้ในจำนวนที่ได้ตกลงกันไว้

2. เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Deposits) เป็นเงินฝากประเภทที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม สามารถฝากเงินและถอนเงินเมื่อใดก็ได้ ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มักกำหนดให้ผู้ฝากสามารถฝากเงินหรือถอนเงินในจำนวนเงินครั้งละเล็กน้อยได้และไม่มีข้อกำหนดจำนวนครั้งในแต่ละวัน ระหว่างเวลาทำการปกติของธนาคาร รวมทั้งธนาคารคำนวณดอกเบี้ยตามจำนวนเงินคงเหลือในบัญชีเป็นรายวัน และนำเข้าบัญชีทบเป็นต้นเงินทุก 6 เดือน เงินฝากออมทรัพย์ประเภทนี้เหมาะสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่จะฝากสะสมทรัพย์

3. เงินฝากประจำ (Time Deposits) เป็นเงินฝากประเภทที่ต้องจ่ายคืนเมื่อครบกำหนดเวลาที่แน่นอนตามที่ได้ตกลงกันไว้ในวันนำฝาก เช่น 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือน 36 เดือน 48 เดือน หรือ 60 เดือน เป็นต้น เงินฝากประเภทนี้ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากเมื่อสิ้นระยะเวลาการฝาก ดอกเบี้ยที่ได้รับต้องเสียภาษีดอกเบี้ยเงินฝากโดยหัก ณ ที่จ่าย ในอัตราตามที่กฎหมายกำหนด และคิดตามประเภทลูกค้าหากฝากไม่ครบ 3 เดือน ธนาคารไม่จ่ายดอกเบี้ยให้หรือจ่ายให้ไม่เต็มอัตราที่กำหนด กรณีถอนก่อนกำหนดแต่มีระยะเวลาการฝากตั้งแต่ 3 เดือนขึ้น

ไป ธนาคารจ่ายดอกเบี้ยให้อัตราเดียวกับดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ พร้อมทั้งหักภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก ณ ที่จ่าย ในอัตราที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์สามารถระดมเงินออมโดยผ่านทางตราสารการเงินอื่น ๆ ได้ อีก เช่น การออกบัตรเงินฝาก (Negotiable Certificate of Deposit : NCDs) สำหรับการระดมเงินออมภายในประเทศ ส่วนการระดมเงินออมจากต่างประเทศนั้นธนาคารพาณิชย์ สามารถออกตราสารการเงินระดมเงินได้อีก

ธนาคารพาณิชย์ก็มีการให้เงินกู้ยืมหรือการอำนวยสินเชื่อ ซึ่งมีหลายประเภทด้วยกัน ถ้าพิจารณาสินเชื่อตามวัตถุประสงค์ ธนาคารพาณิชย์จะให้บริการ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. สินเชื่อเพื่อการบริโภค เป็นสินเชื่อที่ผู้บริโภคใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการกู้ยืมเงินสดเพื่อนำไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์เป็นสินเชื่อที่ผู้บริโภคเป็นผู้ใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่จะนำไปบริโภค

2. สินเชื่อเพื่อการผลิต หรือสินเชื่อเพื่อธุรกิจ เป็นสินเชื่อที่ให้เพื่อนำไปใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบและเครื่องมือเครื่องใช้ โดยมีวัตถุประสงค์นำไปผลิตสินค้าหรือบริการ หรือเป็นสินเชื่อที่หน่วยงานธุรกิจเป็นผู้ใช้ เพื่อทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน เช่น สินเชื่อเพื่อการเคหะสินเชื่อเพื่อการเกษตร สินเชื่อเพื่อธุรกิจ SME's เป็นต้น

การให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์นับเป็นบทบาทที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่เป็นกลไกในการจัดสรรทรัพยากรทางการเงินให้แก่ผู้ต้องการเงินทุน โดยมี ความรับผิดชอบในการกระจายเงินทุน เพราะเงินเหล่านี้มาจากเงินฝากของประชาชนเป็นส่วนใหญ่ โดยพิจารณาให้ความสำคัญต่อสินเชื่อในโครงการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยรวมมากกว่าที่เป็นสินเชื่อเพื่อการบริโภคและเก็งกำไร รวมทั้งกระจายสินเชื่อให้มีความสอดคล้องกับนโยบายทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศด้วย จึงกล่าวได้ว่าธนาคารพาณิชย์มีบทบาทสำคัญต่อเสถียรภาพทางการเงินและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย

2.2 นโยบาย C และนโยบาย P สำหรับการวิเคราะห์สินเชื่อ

1. นโยบาย C เพื่อการวิเคราะห์สินเชื่อ (6C's) (วาสนา สิงห์โกวินท์, 2527)

นโยบาย C ถูกนำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์เครดิตมากกว่า 50 ปีแล้วโดยพัฒนามาจาก 3 C ได้แก่ Character, Capital และ Capacity ก่อน ต่อมาจึงเพิ่ม Collateral, Condition และ Country ซึ่งเรียกรว่านโยบาย 6 C ประกอบด้วย

1.1 Character เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ วิเคราะห์ถึงอุปนิสัยและพฤติกรรมของผู้ขอสินเชื่อ ว่ามีความรับผิดชอบในการชำระหนี้เพียงใด โดยแบ่งพิจารณาได้ 2 ประการ ดังนี้

(1) คุณสมบัติและประวัติส่วนตัว เช่น อุปนิสัยทั่วไปของลูกค้า ประวัติการชำระหนี้ที่อยู่และภูมิลำเนา(ต้องไม่เปลี่ยนแปลง) ข้อมูลด้านครอบครัว อายุ ฐานะทางสังคม ชื่อเสียการศึกษา

(2) คุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น หน้าที่การงาน อาชีพและประสบการณ์ในอาชีพ ความสามารถหรือความชำนาญพิเศษ

1.2 Capacity เป็นการพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ ถึงแม้ว่าผู้กู้จะมีความซื่อสัตย์ แต่หากไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลง ก็มีความเสี่ยงอย่างมากในการให้สินเชื่อ โดยดูจากเงินเดือนและรายได้อื่นๆ หนี้สินเดิมที่มีอยู่ ระดับการครองชีพ สุขภาพ

1.3 Capital เป็นการพิจารณาถึงทรัพย์สินเงินทองที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้กู้ ฐานะการเงินของผู้กู้ เพื่อดูความเข้มแข็งทางการเงิน (Financial Strength) เช่น บัญชีเงินฝากในธนาคาร ที่ดิน รถยนต์ เป็นต้น

1.4 Collateral เป็นการพิจารณาถึงหลักประกัน ซึ่งอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของ Capital ซึ่งนำมาค้ำประกันสินเชื่อ หลักประกันเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดความเสี่ยงของการให้สินเชื่อ กรณีที่ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของลูกค้าไม่ปฏิบัติตามแผนงานที่คาดคะเน หลักประกันที่นิยมใช้ค้ำประกันในการให้สินเชื่อ เช่น ที่ดิน อาคาร พันธบัตร เงินฝากในธนาคาร หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม ซึ่งต้องพิจารณาถึงสภาพคล่องของแต่ละหลักประกันว่ามีสภาพคล่องเพียงใด

1.5 Condition เป็นการพิจารณาถึง สภาพการณ์ทั่วไปที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมของลูกค้า เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ของตลาดเงิน นโยบายของรัฐบาล ปัญหาแรงงาน การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย และอื่นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาระหนี้เงินกู้คืน

1.6 Control เป็นการพิจารณาถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของผู้กู้ไม่ใช่ว่าผู้กู้ทุกคนจะมีระบบการเงินและการบริหารงานภายในดี เช่น บริหารแบบครอบครัว ซึ่งอาจจะใช้ได้ดีในธุรกิจหนึ่งแต่อีกธุรกิจหนึ่งอาจจะไม่ดีเท่าที่ควรได้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินแก่ผู้กู้ได้

2. นโยบาย P เพื่อการวิเคราะห์สินเชื่อ (5 P's Policy) (ชนินทร์ พิทยาวิวิช, 2534)

นโยบาย P เป็นแนวทางการวิเคราะห์เครดิตอีกหลักเกณฑ์หนึ่งที่นิยมใช้อาจเป็น 3 P's หรือ 5 P's เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสินเชื่อที่ไม่ใช่งบการเงิน ในที่นี้จะกล่าวถึงนโยบาย 5 P's ประกอบด้วย

2.1 Purpose จุดประสงค์ในการกู้ยืมพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการขอกู้ เพื่อให้ลูกหนีนำเงินกู้ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้เงินลูกหนี้นำไปใช้ผิดประเภทของวัตถุประสงค์ อาจนำความยุ่งยากมาสู่ธนาคารได้ในภายหลัง วัตถุประสงค์ของการขอสินเชื่อโดยทั่วไปสามารถสรุปได้ ดังนี้

- (1) เพื่อนำไปใช้เป็นทุนหมุนเวียน
- (2) เพื่อนำไปใช้ลงทุนในการตั้งกิจการใหม่
- (3) เพื่อนำไปจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายอย่างอื่น โดยไม่ใช่เงินรายได้ปกติ
- (4) เพื่อนำไปใช้ชำระหนี้เจ้าหนี้เดิม
- (5) เพื่อการเก็งกำไร
- (6) เพื่อนำไปใช้ในกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ เช่น สร้างสถานบันเทิง ในทอล์ก

บ่อนคาสีโน

- (7) เพื่อนำไปบริโภคส่วนบุคคล เช่น ซื้อรถยนต์, บ้านที่อยู่อาศัย

2.2 People เป็นปัจจัยด้านตัวบุคคล แยกออกเป็นหลักๆ ได้ 2 ประการ

- (1) พิจารณาว่าบุคคลที่มาขอกู้นั้นมีความรับผิดชอบในธุรกิจที่ทำอยู่ โดยดูจากแนวโน้มของการปฏิบัติงานในกิจการ การลงทุน ผลกำไร เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
- (2) ความสามารถ ความตั้งใจในการชำระหนี้ของลูกหนี้

2.3 Payment การจ่ายชำระหนี้ เป็นเรื่องสำคัญเพราะความสำคัญของการให้สินเชื่ออยู่ที่ว่าผู้ขอกู้จะต้องชำระเงินกู้ตรงตามที่ได้กำหนดตกลงไว้ ธนาคารจะไม่ให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ใดก็ตามที่ไม่สามารถบอกแหล่งที่มาและวิธีการชำระหนี้คืนได้ ซึ่งจะพิจารณาจาก ความสามารถในการดำเนินงาน ของลูกหนี้ ระยะเวลาที่ผู้กู้มีความเหมาะสมหรือไม่ รายละเอียดการชำระหนี้คืนของลูกหนี้แจ้งมาสมเหตุสมผลกับวัตถุประสงค์ที่ขอกู้หรือไม่

2.4 Protection การป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จากการที่ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ โดยดูจากทรัพย์สินที่นำมาเป็นหลักประกัน ดูถึงสภาพคล่องของทรัพย์สินที่นำมาเป็นหลักประกัน ซึ่งหลักประกันสามารถแยกออกได้ 2 ประเภท

- (1) Internal หลักประกันภายในของผู้กู้ เช่น ที่ดิน บ้านที่อยู่อาศัย เงินฝากกับธนาคาร
- (2) External หลักประกันภายนอก เช่น ให้บุคคลภายนอกเข้ามารับผิดชอบในหนี้สินด้วย โดยการนำหลักทรัพย์มาค้ำประกัน หรือบุคคลค้ำประกัน

2.5 Prospect การพิจารณาภาพรวมของข้อ 1-4 คู่อ้างในอนาคต ว่าควรจะให้กู้หรือไม่ ความเสี่ยงในธุรกิจของลูกหนี้ในอนาคต ความยุ่งยากในการเรียกเก็บหนี้ ซึ่งหากลูกหนี้มีคู่ทางดี อาชีพมั่นคง ซึ่งหมายถึงลูกหนี้จะมีความสามารถในการชำระหนี้คืนธนาคารได้

2.3 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดราคาต้องคำนึงถึง การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องของผลิตภัณฑ์ตลอดจนภาวะการแข่งขัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อมีหลายประเภท ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

ในส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ประการ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และมีความสำคัญเท่ากัน นักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจในองค์ประกอบทั้ง 4 ประการ พร้อมกันไป และต้องปรับปรุงส่วนประสมการตลาดเหล่านี้ ให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อจะทำให้ลูกค้าได้รับความพอใจมากที่สุด นั่นคือ นำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม (Right Product) ออกจำหน่ายในช่องทางที่เหมาะสม (Right Place) โดยวิธีการส่งเสริมการตลาดที่ดี (Right Promotion) และจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม และยุติธรรม (Right Price)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในช่วงที่ผ่านมา เป็น การวิจัยเกี่ยวกับความต้องการแรงงาน ทักษะของพนักงานในการปฏิบัติงาน ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อ การปฏิบัติงาน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคม และ มิงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของสถาบันการเงินในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ คือ การ ตัดสินใจเลือกใช้บริการจ่ายเงินเดือนผ่านระบบอัตโนมัติ ทำให้เห็นว่ายังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของพนักงานหรือบุคลากรในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของพนักงานในนิคม อุตสาหกรรมภาคเหนือ ลำพูน

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการเงิน ฝากของลูกค้านครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำและเงินฝากกระแสรายวัน ของธนาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงลักษณะความต้องการในการใช้บริการ ของลูกค้านครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบลูกค้าผู้ใช้บริการ ธนาคารนครหลวงไทย (มหาชน) กับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ศึกษาโดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ 240 รายจาก 4 ธนาคาร

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้านครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ อันดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร การค้า ประกันเงินฝากเต็มจำนวน รองลงมาคือ การจ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง ส่วนปัจจัยอื่นๆ ให้ ความสำคัญเล็กน้อย ได้แก่ ผู้บริหารมีชื่อเสียงดี มีความน่าเชื่อถือ การบริการของผู้บริหาร/พนักงาน สาขา ความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว ทำเลที่ตั้ง การมีจำนวนสาขาให้บริการมากเพียงพอและมี บริการเสริมประเภทอื่นๆ

ส่วนการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการใช้บริการเงินฝากทุกประเภทของ ธนาคารนครหลวงไทยและธนาคารขนาดใหญ่พบว่า ด้านสถานที่ลูกค้ามีความคิดเห็นที่ไม่ต่างกัน แต่เห็นว่าเครื่องมือเครื่องใช้ของธนาคารขนาดใหญ่มีความทันสมัยมากกว่า ลูกค้าธนาคารขนาด ใหญ่มีความพอใจและเห็นว่าธนาคารขนาดใหญ่มีการปรับปรุงการให้บริการที่หลากหลายกว่า ธนาคารนครหลวงไทย

ชุมพล เปี่ยมศิริ (2543) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับ ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ และเพื่อศึกษาถึงปัญหาในการใช้บริการเงินฝาก

ของธนาคารพาณิชย์ ทำการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ขนาดใหญ่ 4 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง 200 คน

ผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการเบิกเงิน ด้านความปลอดภัยในการรักษาเงิน ด้านความจำเป็น เนื่องจากเงินเดือนจ่ายผ่านธนาคาร ด้านความสะดวกในการจ่ายชำระเงินค่าสาธารณูปโภค ด้านทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ได้แก่ ชื่อเสียง ฐานะของกิจการและขนาดของอาคารที่ทำการ ด้านบรรยากาศภายในและโดยรอบ ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง มีความสะอาดเรียบร้อย มีป้ายบอกตำแหน่งให้บริการต่างๆ อย่างชัดเจน ส่วนปัญหาในการใช้บริการ ได้แก่ ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการและด้านเวลาในการให้บริการและจำนวนเคาน์เตอร์ให้บริการ เพิ่มความเอาใจใส่ลูกค้าและความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ

ประสิทธิ์ โชติวิศาล (2544) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือต่อการใช้บริการทางการเงินเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือต่อการใช้บริการทางการเงินกับธนาคารพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือต่อการใช้บริการทางการเงินกับธนาคารพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยศึกษาผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออกที่ดำเนินกิจการอยู่ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2543 จำนวน 44 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสนใจใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด ร้อยละ 54.55 รองลงมาเป็นธนาคารต่างชาติ คือ ธนาคารโตเกียว-มิทซูบิชิ จำกัด ร้อยละ 31.82 และธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 22.73 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่จะได้รับจากบริการด้านการค้าระหว่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ในด้านต่างๆ คือ ด้านการบริการที่มีคุณภาพ มากที่สุด เช่น การให้คำแนะนำที่ดี การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว รองลงมา คือ การให้บริการที่ฉับไว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ คือ การให้บริการที่มีคุณภาพของธนาคาร เช่น การให้คำแนะนำที่ดี การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วมากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับอัตราค่าบริการที่เหมาะสมและได้รับอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม สาเหตุที่ผู้ประกอบการเลือกใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ คือ ธนาคารให้บริการได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ น่าเชื่อถือ มีการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการ ในเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

กับธนาคาร คือ ปัญหาด้านอัตราค่าบริการสูงเกินไปมากที่สุด รองลงมาคือ อุปกรณ์และระบบการให้บริการขัดข้องบ่อย และความไม่สะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร

2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามภาพ 2.1



ภาพ 2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



ภาพ 2.1(ต่อ) กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา