

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้านาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน ที่มีต่อบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคิดของลูกค้านาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน ที่มีต่อบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรในการศึกษาคือ ลูกค้านาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จำนวน 6 สาขา ในจังหวัดลำพูน จำนวน 400 คน ผลการศึกษาที่ได้นำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล การศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต จากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด รายละเอียดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจหรือทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ทราบว่าในกรณีที่เกิดรหัสผ่านผิดเกิน 3 ครั้ง เครื่องเอทีเอ็มจะยึดบัตรทันที คิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมา คือ ทราบว่าวงเงินการซื้อสินค้าและบริการที่ร้านค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ สูงสุด 500,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 77.50 และทราบว่ามิวงเงินประกันอุบัติเหตุสูงสุด 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 76.00 และไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ใช้เป็นบัตรคู่บัญชีเงินฝากออมทรัพย์หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ประเภทบุคคลธรรมดา บัญชีใดบัญชีหนึ่ง หรือพร้อมกันทั้ง 2 บัญชีได้ คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ เมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตรค่าใช้จ่ายจะถูกหักจากบัญชีผู้ถือบัตรทันที คิดเป็นร้อยละ 59.75 และค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดในต่างประเทศ 100 บาทต่อรายการ คิดเป็นร้อยละ 48.00 และไม่แน่ใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สมัครทำบัตรได้ทุกสาขาทั่วประเทศแม้จะไม่ใช่สาขาที่ตนเองมีบัญชีอยู่ คิดเป็นร้อยละ 15.75 รองลงมา คือ ใช้เป็นบัตรคู่บัญชีเงินฝากออมทรัพย์หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ประเภทบุคคล

ธรรมดา บัญชีใดบัญชีหนึ่ง หรือพร้อมกันทั้ง 2 บัญชีได้ คิดเป็นร้อยละ 14.50 และเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตรค่าใช้จ่ายจะถูกหักจากบัญชีผู้ถือบัตรทันที คิดเป็นร้อยละ 12.75

ส่วนที่ 3 ความรู้สึกในส่วนของความชอบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.93) เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีวงเงินประกันอุบัติเหตุ (ค่าเฉลี่ย 3.86) เครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีวงเงินการเบิกถอนหรือโอนเงินสดเหมาะสมกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) สมัครทำบัตรได้ทุกสาขาทั่วประเทศ แม้จะไม่ใช้สาขาที่ตนเองมีบัญชีเงินฝากอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และรูปแบบของบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตที่มีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต (ค่าเฉลี่ย 3.34) และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.11) จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) จำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.83) จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) และจำนวนร้านค้าที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ และปัจจัยย่อยที่มีความชอบใน

ระดับปานกลาง ได้แก่ การให้คำแนะนำของพนักงานธนาคารในการสมัครทำบัตรและวิธีการใช้บัตรกรุงไทย วิชาเดบิต (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.86) การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ การโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตผ่านสื่อต่างๆ ดึงดูดความสนใจและการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.48) และปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยการส่งเซลล์สลิปชิงโชคหรือแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.88) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเดบิต วิชาอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 42.00 สำหรับผู้ที่ไม่ได้ใช้บัตรกรุงไทย วิชาเดบิต คิดเป็นร้อยละ 46.00 เพราะอัตราค่าธรรมเนียมของบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตมีราคาสูงกว่าบัตรประเภทอื่น มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 39.75 ไม่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 32.25 และไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.00 โดยมีสาเหตุที่จะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตเพราะชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 20.00 สถานที่ที่จะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต คือ ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 34.25 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำคนรู้จักให้ใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต คิดเป็นร้อยละ 53.00 ไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 19.00

ส่วนที่ 5 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และแนวโน้มการใช้บริการบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต

5.1 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความชอบต่อบริการบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด สมัครทำบัตรได้ทุกสาขาทั่วประเทศแม้จะไม่ใช่สาขาที่ตนเองมีบัญชีเงินฝากอยู่ และ เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุและเครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความชอบต่อบริการบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากเหมือนกัน ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง 2 อันดับเหมือนกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความชอบต่อบริการบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรกเหมือนกัน ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความชอบต่อบริการบัตรเครดิตกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบ

แบบสอบถามเพศชายมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล และการส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิช่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

5.2 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อบัญชีส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรกรุงไทย วิช่าเดบิต จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิช่าเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 31 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุและเครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิช่าเดบิต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากเหมือนกัน ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง 2 อันดับเหมือนกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วิช่าเดบิต และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิช่าเดบิต

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิช่าเดบิต ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3

อันดับแรกเหมือนกัน ได้แก่ จำนวนผู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนผู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 31 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล และการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก

5.3 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสด เครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย และเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากเหมือนกัน ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง 2 อันดับเหมือนกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรกเหมือนกัน ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

5.4 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด มีวงเงินการเบิกถอนหรือโอนเงินสดเหมาะสมกับความต้องการ มีวงเงินประกันอุบัติเหตุและเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด เครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย และสมัครทำบัตรได้ทุกสาขาทั่วประเทศ แม้จะไม่ใช่สาขาที่ตนเองมีบัญชีเงินฝากอยู่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ มีวงเงินประกันอุบัติเหตุ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีวงเงินประกันอุบัติเหตุ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ เครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย เท่ากัน และมีวงเงินการเบิกถอนหรือโอนเงินสดเหมาะสมกับความต้องการ

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากเหมือนกัน ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ และมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง 2 อันดับเหมือนกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ และ

ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต และมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากที่สุด ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด และมีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักอาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศและจำนวนร้านค้าที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย โดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขาย โดยการเข้าร่วม

รายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่างๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิซ่า เดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย โดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่างๆ การส่งเสริมการขาย โดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล และการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย โดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่างๆ และการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่างๆ การส่งเสริมการขาย โดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วิซ่า เดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

5.5 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรกรุงไทย วิซ่า เดบิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่า เดบิต ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสด เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสด มีวงเงินการเบิกถอนหรือโอนเงินสดเหมาะสมกับความต้องการ และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุและเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่า เดบิต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับ

มากเหมือนกัน ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ใช้จ่ายย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง 2 อันดับเหมือนกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีใช้จ่ายย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและให้บริการได้ทั่วประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป มีใช้จ่ายย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนร้านค้าที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีใช้จ่ายย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป มีใช้จ่ายย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก

5.6 ความรู้สึกในส่วนของความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต จำแนกตามแนวโน้มการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีแนวโน้มจะใช้บริการและไม่ใช้บริการ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด มีวงเงินประกันอุบัติเหตุและเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ ได้ เท่ากัน และเครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตร มีความทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มไม่ใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต มีปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด มีวงเงินการเบิกถอนหรือโอนเงินสดเหมาะสมกับความต้องการและเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ ได้ เท่ากัน และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุและเครื่องมือที่นำมาให้บริการทำบัตรมีความทันสมัย เท่ากัน

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีแนวโน้มจะใช้บริการและไม่ใช้บริการ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมากเหมือนกัน ได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับปานกลาง 2 อันดับเหมือนกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต และค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีแนวโน้มจะใช้บริการและไม่ใช้บริการ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรกเหมือนกัน ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีแนวโน้มจะใช้บริการและไม่ใช้บริการ มีความชอบต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ

มาก ปัจจัยย่อยที่มีความชอบในระดับมาก 3 อันดับแรกเหมือนกัน ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจ

อภิปรายผล

การค้นคว้าอิสระเรื่องทัศนคติของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูนที่มีต่อบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต สามารถอภิปรายผลการศึกษา โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ได้ดังนี้

ด้านข้อมูลทั่วไป

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับปริญญาตรี เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ซึ่งได้ศึกษาทัศนคติลูกค้าต่อบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย สาขาน่าน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-24 ปี การศึกษาปริญญาตรี

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท สถานที่ประกอบอาชีพ คือ หน่วยงานราชการในเขตจังหวัดลำพูนและพนักงานบริษัทเอกชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และเป็นลูกค้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในจังหวัดลำพูน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต จากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลการให้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย จากพนักงานธนาคารแนะนำ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจหรือทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ทราบว่าในกรณีที่เกิดรหัสผ่านผิดเกิน 3 ครั้ง เครื่องเอทีเอ็มจะยึดบัตรทันที รองลงมา คือ ทราบว่าวงเงินการซื้อสินค้าและบริการที่ร้านค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ สูงสุด 500,000 บาทต่อวัน และทราบว่ามียวงเงินประกันอุบัติเหตุสูงสุด

100,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบหรือเข้าใจข้อมูลการใช้บัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ใช้โอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองที่มีอยู่กับธนาคารกสิกรไทยได้ รองลงมา คือ เลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ และค่าธรรมเนียมสมัครทำบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ปีแรก 300 บาท

ด้านความรู้สึกรู้สึก (ความชอบ)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบเกี่ยวกับบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต โดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับสอง ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสาม

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากในปัจจุบันย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ สะดวกในการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องพกเงินสด รองลงมา คือ เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และมีวงเงินประกันอุบัติเหตุ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรทัย จงประเสริฐ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตของลูกค้านักค้าปลีกชาวไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่าลูกค้าผู้ใช้บัตรเดบิตมีรสนิยมหรือความชอบในการใช้บัตรเดบิตมากกว่าเงินสด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากในปัจจุบันย่อยอันดับแรก ได้แก่ เปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากในปัจจุบันย่อยอันดับแรก คือ ไม่มีค่าธรรมเนียมเมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมากในปัจจุบันย่อยอันดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมในการออกบัตรใหม่ กรณีบัตรเดิมหาย ชำรุดหรือลืมหุ้ส แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมากด้านการโอนเงินที่ตู้เอทีเอ็มไปยังบัญชีธนาคารกสิกรไทยที่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน ไม่เสียค่าธรรมเนียมโอนเงิน

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากในปัจจุบันย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาดรองลงมา คือ จำนวนตู้เอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย  (Visa Electron) ให้บริการ และจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ์ (2547) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากในปัจจุบันย่อย 2 อันดับแรก คือ จำนวนจุดบริการที่มีเครื่องหมายวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ และการกระจายตัวของจุดบริการที่มีเครื่องหมายวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสวง (2549) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากในปัจจุบันย่อยอันดับแรก ได้แก่ จำนวนสาขาของธนาคารกสิกรไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ และในปัจจุบันย่อยอันดับที่สาม ได้แก่ สถานที่ติดตั้งตู้เอทีเอ็มมีความสะดวกในการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากในปัจจุบันย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล รองลงมา คือ การส่งเสริมการขายโดยการเข้าร่วมรายการรับส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าต่างๆ และการโฆษณาบริการของบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตผ่านสื่อต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจและการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสวง (2549) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากในปัจจุบันย่อยด้านการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรก และการส่งเสริมการใช้บริการให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ์ (2547) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากในปัจจุบันย่อยอันดับแรก คือ การส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถม ส่งไปบนที่รายการชิงโชค หรือรับส่วนลดต่าง ๆ

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรเดบิต วีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัด

เชิงใหม่ ที่พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บัตรเดบิต 1 ใบ ส่วนผู้ถือบัตรใบที่ 2 ส่วนใหญ่เป็นบัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตเพราะชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสวง (2549) ที่พบว่า เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์รอน เฟล็ก-ซี ของธนาคารกสิกรไทย คือ สะดวกและประหยัดเวลา รองลงมาคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูนที่มีต่อบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลว่าบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตใช้เป็นบัตรคู่บัญชีเงินฝากออมทรัพย์หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ประเภทบุคคลธรรมดา บัญชีใดบัญชีหนึ่งหรือพร้อมกันทั้ง 2 บัญชีได้มากเป็นร้อยละ 61.00 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังขาดความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลว่าเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร ค่าใช้จ่ายจะถูกหักจากบัญชีผู้ถือบัตรทันทีมากเป็นร้อยละ 59.75 ทั้งที่เป็นลักษณะสำคัญของบัตรเดบิตที่แตกต่างจากบัตรอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่น แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในลักษณะของบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต ทำให้พบว่ายังขาดการแนะนำข้อมูลจากพนักงานธนาคาร

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตจากพนักงานธนาคารแนะนำเป็นอันดับแรก แต่กลับมีความชอบต่อปัจจัยย่อยเรื่องการให้คำแนะนำของพนักงานธนาคารในการสมัครทำบัตรและวิธีการใช้บัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตเป็นอันดับสุดท้าย ทำให้สาเหตุอันดับแรกที่ลูกค้าไม่ได้ใช้บริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิต เพราะพนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บัตรไม่ชัดเจน และ/หรือไม่อธิบายข้อมูลให้เข้าใจทุกประเด็น แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการให้บริการแนะนำข้อมูลที่ต้องการจากพนักงานเป็นอย่างมาก การนำเสนอข้อมูลบริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตยังไม่ชัดเจนเพียงพอ อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยใช้บริการบัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตมาก่อนและยังไม่มีข้อมูลมากพอ หากพนักงานให้คำแนะนำและอธิบายการใช้บัตรกรุงไทย วีซ่าเดบิตได้ดีก็จะทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยย่อยเรื่องสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสดเป็นอันดับแรก แต่กลับไม่ทราบข้อมูลว่าเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร ค่าใช้จ่ายจะถูกหักจากบัญชีผู้ถือบัตรทันที

5. สาเหตุอันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มจะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ไม่ได้ใช้บริการคือ อัตราค่าธรรมเนียมของบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตมีราคาสูงกว่าบัตรประเภทอื่น อันเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในปัจจัยย่อยเรื่องค่าธรรมเนียมแรกเข้าทำบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตและค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ในระดับปานกลาง

6. จากการเปรียบเทียบผลการศึกษของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ในด้านความชอบที่มีต่อบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตด้านการจัดจำหน่าย ในปัจจัยย่อยเรื่องการให้คำแนะนำของพนักงานธนาคารในการสมัครทำบัตรและวิธีการใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความชอบอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีความชอบในปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก แสดงว่าผู้ที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตไม่เท่ากัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ต้องการได้รับการอธิบายข้อมูลรายละเอียดจากพนักงานธนาคารมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูนที่มีต่อบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1) การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ธนาคารควรจะปรับการให้บริการในด้านพนักงานธนาคารเรื่องการแนะนำให้ความรู้แก่ลูกค้าได้รับทราบถึงบริการที่หลากหลาย และสิทธิประโยชน์ของบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตที่มากกว่าบัตรอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่น เช่น สะดวกไม่ต้องพกเงินสด ไม่มีค่าธรรมเนียมเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร และแจ้งข้อมูลลูกค้าในเรื่องวิธีการใช้บัตรและเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร ค่าใช้จ่ายจะถูกหักจากบัญชีผู้ถือบัตรทันทีเพื่อสร้างความเข้าใจและทราบถึงข้อมูลที่ถูกต้องซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลในเรื่องดังกล่าว ตั้งแต่ครั้งแรกในการสมัครทำบัตรหรือเปิดบัญชีเงินฝาก

2) กลยุทธ์การให้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในระดับมากกับทุกปัจจัย ดังนั้นธนาคารจึงควรมีการปรับกลยุทธ์ในการให้บริการ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. พนักงานธนาคารควรให้ข้อมูลแก่ลูกค้าโดยชัดเจน ณ วันทำบัตร แจ้งข้อมูลแก่ลูกค้าว่าสามารถสมัครทำบัตรได้ทุกสาขาทั่วประเทศ แม้จะไม่ใช่สาขาที่ตนเองมีบัญชีอยู่เท่านั้น เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าจะได้มีการใช้บริการเพิ่มขึ้น

2. ธนาคารควรปรับคู่มือการใช้บริการบัตรที่แจกให้กับลูกค้า ให้กะทัดรัด พกพาได้ และมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เช่น กรณีมีปัญหาหากบัตรสูญหายลูกค้าสามารถแจ้งอายัดบัตรด้วยตนเองได้ที่ทุกสาขาของธนาคาร ไม่จำกัดว่าเป็นสาขาที่ตนเองมีบัญชีอยู่ ค่าธรรมเนียมในการออกบัตรใหม่ หากบัตรเดิมสูญหาย ชำรุด หรือลืมหาส ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เมื่อใช้บริการผ่านบัตรในการถอนเงินสด โอนเงินในบัญชีเงินฝาก ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น รวมทั้งมีหมายเลขโทรศัพท์ที่จะสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการได้โดยสะดวก

3. พนักงานธนาคารควรแนะนำผลิตภัณฑ์บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตให้แก่ลูกค้ากลุ่มบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน โดยทำเป็นผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมให้แก่ลูกค้าที่เปิดบัญชีกระแสรายวันทุกราย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตสามารถใช้ได้ทั้งบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ และบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน

ด้านราคา

1. ธนาคารควรให้ข้อมูลเรื่อง ไม่มีค่าธรรมเนียมเมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการแก่ลูกค้าโดยชัดเจนเพื่อสร้าง โอกาสกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายผ่านบัตรเพราะลูกค้าไม่เสียค่าธรรมเนียม ในขณะที่เดียวกันธนาคารจะได้ค่าธรรมเนียมจากร้านค้าผู้ให้บริการรับชำระด้วยบัตร และได้รับค่าธรรมเนียมที่มากขึ้นจากการเปลี่ยนมาใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตซึ่งมีค่าธรรมเนียมสูงกว่าบัตรอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่น

2. ธนาคารควรทำรายการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าเมื่อสมัครทำบัตรใหม่ครั้งแรก ไม่ใช่จัดทำเฉพาะช่วงที่ธนาคารจัดกิจกรรมกระตุ้นยอดขาย เพื่อเพิ่มโอกาสให้แก่ลูกค้ารายใหม่ได้ใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตเพิ่มขึ้น และลูกค้าเดิมให้เปลี่ยนมาใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

3. ธนาคารควรมีนโยบายในการลดหย่อนค่าธรรมเนียมหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีให้แก่ผู้ใช้บริการได้ โดยมีเงื่อนไข เช่น ปริมาณการใช้บัตรของลูกค้า ว่าในรอบปีที่ผ่านมาได้ใช้บริการอย่างน้อยเพียงใด หากใช้จ่ายผ่านบัตรถึงเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนดก็สามารถลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมได้

ด้านการจัดจำหน่าย

1. ธนาคารควรเน้นการให้คำอธิบาย ความรู้ ความเข้าใจด้านผลิตภัณฑ์ให้แก่พนักงานธนาคารทุกช่องบริการ ไม่ใช่เฉพาะพนักงานที่เปิดบัญชีเท่านั้น เพราะพนักงานธนาคารจะเป็นบุคคลที่แนะนำข้อมูลการบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตให้แก่ลูกค้า ให้เป้าหมายในการนำเสนอบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต เพื่อกระตุ้นให้พนักงานธนาคารให้ความสำคัญต่อการแนะนำบริการบัตรให้ลูกค้าใช้มากขึ้น และได้รับรางวัลหากทำผลงานได้ตามเป้าหมาย

2. ธนาคารควรจัดทำทศนทนามาตรฐาน (Scrip) ในการแนะนำวิธีการใช้บัตรที่เป็นมาตรฐานให้กับพนักงานธนาคารว่ารายละเอียดที่ต้องอธิบายให้ลูกค้าทราบข้อมูลมีอะไรบ้าง ลำดับข้อมูลในการแจ้งให้แก่ลูกค้า เพื่อให้พนักงานธนาคารจะได้ปฏิบัติเหมือนกัน แล้วค่อยใช้เวลาอธิบายเพิ่มเติม หรือตอบข้อซักถามสำหรับลูกค้ากลุ่มที่ต้องการคำแนะนำหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เช่น ลูกค้าที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันก็ต้องการข้อมูลจากคำแนะนำของพนักงานธนาคารแตกต่างกันไปด้วย

3. ธนาคารควรเพิ่มจำนวนการติดตั้งตู้เอทีเอ็มของธนาคารในศูนย์การค้าหรือตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวในระดับมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ให้กระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ เพื่อความสะดวกในการใช้บริการและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

4. แสดงข้อมูลจำนวนและสถานที่ติดตั้งตู้เอทีเอ็มที่ใกล้เคียงไว้ ณ ตู้เอทีเอ็มเพื่อลูกค้าจะได้ทราบว่าตู้เอทีเอ็มของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักอาศัยหรือไม่ จะได้สามารถเลือกใช้ตู้เอทีเอ็มที่สถานที่ซึ่งตนเองสะดวกหรือเปลี่ยนไปใช้ตู้อื่นหากตู้ที่ใช้อยู่ประจำมีการขัดข้องชั่วคราว

5. พนักงานธนาคารควรปรับวิธีการในการพูดสำหรับลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี พนักงานธนาคารควรพูดให้กระชับ ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ แจ้งแต่ข้อมูลในประเด็นหลัก เช่น เมื่อใช้บัตรค่าใช้จ่ายจะถูกหักจากบัญชีลูกค้าทันที ไม่มีค่าธรรมเนียมเมื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ สำหรับลูกค้าที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป พนักงานธนาคารควรแจ้งถึงสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อใช้บัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตเพิ่มเติม เช่น ในการใช้จ่ายผ่านบัตร ลูกค้าจะได้รับคะแนนสะสม และสามารถนำคะแนนนั้นไปแลกของรางวัลได้

6. พนักงานธนาคารควรใช้คำพูดที่สื่อสารแล้วลูกค้าเข้าใจได้ง่าย สำหรับลูกค้าที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คำศัพท์ที่ใช้ในการแนะนำลูกค้าควรหลีกเลี่ยงคำศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก ใช้คำพูดที่ธรรมดาไม่ต้องเป็นทางการ เช่น แจ้งว่าสามารถนำไปรูตซื้อของในห้างได้ แต่ต้องมีเงินในบัญชีให้หักในทันที แทนการพูดว่าสามารถนำไปชำระค่าสินค้าและบริการในที่ที่มีเครื่องหมาย Visa Electron ได้

7. ธนาคารควรเพิ่มข้อมูลให้แก่ลูกค้าผู้ที่มีแนวโน้มจะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับหากมีการใช้บัตร ส่วนลดจากร้านค้าสมาชิกผู้รับบัตรที่เข้าร่วมรายการ และจัดรายการส่งเสริมการตลาดให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้หากตัดสินใจใช้บริการบัตรและแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการบัตรด้วย เช่น การได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี หากแนะนำคนรู้จักให้มาสมัครทำบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ธนาคารควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลผ่านสื่อในวงกว้าง เช่นทางโทรทัศน์เกี่ยวกับบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า
2. ธนาคารควรมีการแจ้งคะแนนสะสมและเกณฑ์คะแนนในการแลกของรางวัลพิเศษในแต่ละเดือนจัดส่งให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และพิมพ์คะแนนสะสมรวมทั้งสิทธิพิเศษในช่วงเดือนนั้น ๆ ลงในเชลล์สติปที่ลูกค้าได้รับเมื่อลูกค้าใช้บัตรซึ่งลูกค้าจะได้รับข่าวสารทันที
3. จัดทำสื่อการโฆษณาเกี่ยวกับการแลกของรางวัลเพื่อใช้ติดในสาขาของธนาคาร เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและใช้จ่ายผ่านบัตรมากขึ้น
4. ธนาคารควรแจกของแถมเมื่อลูกค้าสมัครทำบัตร อาจจะมีมูลค่าที่ใกล้เคียงกับค่าธรรมเนียมที่ลูกค้าต้องเสียไป เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับสิ่งแลกเปลี่ยนจากการที่เสียค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตร

3) ส่วนแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ

1. ธนาคารควรจะทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตของธนาคารพาณิชย์อื่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อหาแนวทางเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และสามารถทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของผลิตภัณฑ์แล้วนำเสนอลูกค้าได้
2. ธนาคารควรพิจารณาเปิดบริการสาขาย่อย ในบริเวณใกล้เคียงกับสาขาที่มีจำนวนรายการที่ลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก หรือ หน่วยบริการเคลื่อนที่มีพนักงานธนาคารไปออกตลาดแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิตเพราะมีสิทธิประโยชน์หลากหลาย ดังนั้นธนาคารควรมีการแสดงข้อมูลคะแนนสะสมในบัตรของลูกค้าแต่ละรายไว้ในระบบผลิตภัณฑ์บุคคลของธนาคาร เพื่อให้พนักงานธนาคารสามารถเรียกดูคะแนนสะสมของลูกค้าได้ตามหมายเลขหน้าบัตร เมื่อลูกค้ามาใช้บริการพนักงานในช่องบริการก็สามารถแนะนำรายการแลกของรางวัลที่เหมาะสม และสิทธิพิเศษที่มีในแต่ละเดือนได้ทันที

4. ธนาคารควรทำความเข้าใจกับสมาชิกร้านค้าผู้รับบัตรให้สามารถสนองตอบการใช้บริการผู้ถือบัตรได้อย่างถูกต้อง และรับสมัครสมาชิกร้านค้าผู้รับบัตรรายใหม่ที่เป็นที่นิยมในการใช้บริการของผู้ค้าให้มาร่วมรายการกับธนาคาร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved