

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม ของผู้เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 325 ตัวอย่าง ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด ศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ และมีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจต่อการให้บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีบริการ บัตรไม่ต้อง ซึ่งเป็นบริการรับเงินโอนโดยไม่ใช่บัตร ATM ส่วนมากทราบว่ามีการให้บริการบัตรไม่ต้อง จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากทราบว่าผู้โอนเงินสามารถโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) หรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์ได้มากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ แต่ยังไม่ทราบเงื่อนไขบริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากไม่ทราบเรื่องเงื่อนไขการรับเงินกรณีผิดพลาด คือ ถ้าผู้รับเงินทำรายการผิดพลาด 3 ครั้ง รายการจะถูกยกเลิกและโอนเงินคืนให้กับผู้โอนเงินโดยอัตโนมัติ และไม่เก็บค่าธรรมเนียม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามผู้ที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ

จากการศึกษาข้อมูลด้านความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามผู้ที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย สรุปผลดังนี้

3.1 ทักษะในด้านความชอบของผู้เคยใช้บริการ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านมีความชอบในปัจจัยการมีระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้มาตรฐานมากที่สุด

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยไม่คิดค่าบริการเพิ่มในการแจ้งรหัสรับเงินผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดและมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัย ค่าธรรมเนียมเท่ากับค่าธรรมเนียมการโอนเงินทุกๆไป มากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยความถูกต้องในการให้บริการและความง่ายของขั้นตอนการใช้บริการมากที่สุดและมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยผู้โอนสามารถโอนเงินได้ที่เครื่อง ATM ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยพนักงานสามารถอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ ได้ชัดเจนมากที่สุด และ มีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้าย และแผ่นพับมากที่สุด

3.2 ทศนคติในด้านความชอบ ของผู้ไม่เคยใช้บริการ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากและปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยการมีระบบอินเตอร์เน็ตที่ได้มาตรฐานมากที่สุด และมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านตู้ ATM มีความทันสมัยใช้งานง่ายมากที่สุด

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยไม่คิดค่าบริการเพิ่มในการแจ้งรหัสรับเงินผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด และ มีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ปัจจัยค่าธรรมเนียมเท่ากับค่าธรรมเนียมการโอนเงินทั่วไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยมีความชอบในปัจจัยความถูกต้องในการให้บริการ และมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยจำนวนตู้ ATM มีเพียงพอในการให้บริการมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากและปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับมากได้แก่ ปัจจัยมีจดหมายหรือโทรศัพท์เชิญชวนให้มาใช้บริการและพนักงานแนะนำบริการมีความชำนาญน่าเชื่อถือมากที่สุด และมีความชอบต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยพนักงานสามารถให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาได้

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านแนวโน้มพฤติกรรมของการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

4.1 ผลการศึกษาทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมของการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้องของผู้ที่เคยใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากจะใช้บริการมาแล้ว 1-3 เดือน โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ เลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ และส่วนมากโอนเงินในแต่ละครั้งจำนวนน้อยกว่า 2,000 บาท ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนมากจะใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากไม่เคยแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง

4.2 ผลการศึกษาทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมของการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้องของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการส่วนมากมีความรู้สึกชอบบริการ บัตรไม่ต้อง และจะใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ในอนาคต และพบว่าสาเหตุที่ไม่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเนื่องจากไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากมี
ปัญหาในการใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ในด้านเครื่อง ATM ชำรุดทรุดโทรมมากที่สุด รองลงมา คือ
ปัญหาด้านขั้นตอนการให้บริการซับซ้อนยุ่งยาก ปัญหาด้านไม่มีเจ้าหน้าที่แนะนำบริการ ปัญหาด้าน
เครื่อง ATM มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการใช้บริการ ปัญหาด้านความล่าช้าในการให้บริการปัญหา
ด้านที่ตั้งของเครื่อง ATM ไม่สะดวกต่อการมาใช้บริการ ปัญหาด้านไม่เชื่อมั่นในเรื่องความ
ปลอดภัย ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่บริการไม่สุภาพและไม่มี ความชำนาญ ปัญหาด้านไม่ได้รับรหัสรับ
เงินกรณีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่มีสัญญาณ ปัญหาด้านไม่ทราบหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อ
เจ้าหน้าที่กรณีมีปัญหาในการใช้งานปัญหาด้านไม่เข้าใจในขั้นตอนการให้บริการปัญหาด้านอัตรา
ค่าธรรมเนียมต่างๆ ไม่เหมาะสม ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อ บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา
จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดในเรื่องความคิดเห็นและ
องค์ประกอบของความคิดเห็น ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น
พฤติกรรม ในแง่การตลาด ดังนี้

1.องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการ บัตรไม่ต้อง ของ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นบริการรับเงินโอน โดยไม่ต้อง
ใช้บัตร ATM โดยมีการรับทราบบริการ บัตรไม่ต้อง จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่เคยใช้บริการ ส่วนมากทราบว่าผู้โอนเงินสามารถโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงศรี
อยุธยา จำกัด (มหาชน) หรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์ได้ ทราบว่าใช้บริการ บัตรไม่ต้อง
ผ่านที่ใดได้บ้าง ทราบว่าธนาคารจะส่งข้อความผ่านระบบโทรศัพท์มือถือแจ้งรหัสการรับเงินให้ผู้
โอนเงินทราบ ทราบเงื่อนไขการรับเงินว่าผู้รับเงินสามารถรับเงินได้ทันที ที่เครื่อง ATM ของ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) หลังจากทราบรหัสรับเงินแต่ไม่เกินกำหนด 3 วัน นับจาก
วันที่ผู้โอนได้ทำการโอนเงิน แต่ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากยังไม่ทราบเรื่องเงื่อนไขการรับเงิน

กรณีผิดพลาด คือ ถ้าผู้รับเงินทำรายการผิดพลาด 3 ครั้ง รายการจะถูกยกเลิกและ โอนเงินคืนให้กับผู้โอนเงิน โดยอัตโนมัติ และไม่เก็บค่าธรรมเนียม ไม่ทราบเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่อรายการของบริการ บัตรไม่ต้อง คือ 30 บาทต่อรายการเป็นอัตราเดียวทั่วประเทศ โดยการโอนเงินสูงสุดรายการละไม่เกิน 20,000 บาท และรวมแล้วไม่เกิน 100,000 บาท ต่อวัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการนำเทคโนโลยีมาให้บริการ คือ ระบบบริการธนาคารผ่านบัตร ATM และระบบบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ สมชาย โชคบุญยสิทธิ์ (2545) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตร ATM ของธนาคาร คือ การมีตู้ ATM ติดตั้งจำนวนมากเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ และมีขั้นตอนในการใช้งานไม่ยุ่งยาก และสอดคล้องกับ บรรีรักษ์ ทุงแจ่ม (2548) ซึ่งพบว่า ความคาดหวังต่อการบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินไม่สูงจนเกินไป สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความปลอดภัยของระบบ และมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ

2.องค์ประกอบด้านความคิดเห็น

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถวัดได้จากแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 34-37) ได้กล่าวถึงแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ของผู้ที่เคยและไม่เคยใช้ บริการ บัตรไม่ต้อง โดยสรุปแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านการมีระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้มาตรฐานมากที่สุด รองลงมาด้านตู้ ATM มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และมีระบบป้องกันในเรื่องความปลอดภัยในการ โอนเงิน

และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านการมีระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้มาตรฐานมากที่สุด รองลงมาด้านมีระบบป้องกันในเรื่องความปลอดภัยในการ โอนเงิน ด้านตู้ ATM มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน และเป็นบริการแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับที่อื่น

จากการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บริรักษ์ หุ่นแจ่ม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและความพึงพอใจ ในด้านความปลอดภัยในการทำรายการของ ธนาคาร เช่น ผ่า ถอน โอน และบริการชำระค่าสินค้ามากที่สุด

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อย ด้านปัจจัยไม่คิดค่าบริการเพิ่มในการแจ้งรหัสรับเงินผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ มากที่สุด

และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อย ด้านปัจจัยไม่คิดค่าบริการเพิ่มในการแจ้งรหัสรับเงินผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด

จากการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่า อีเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยในด้านค่าธรรมเนียมในการให้บริการเป็นอันดับแรก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยความถูกต้องในการให้บริการและความง่ายของขั้นตอนการใช้บริการมากที่สุดรองลงมาคือสามารถทำรายการโอนเงินและรับเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถรับเงินผ่านเครื่อง ATM ธนาคารกรุงศรีฯ ได้ทั่วประเทศ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อย ด้านปัจจัยมีความชอบในความถูกต้องในการให้บริการ มากที่สุด

จากการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมชาย โชคบุญยสิทธิ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ATM ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเอทีเอ็มของผู้ใช้บริการคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวกปลอดภัยของลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มสำคัญเป็นอันดับแรก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยพนักงานสามารถอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการได้ชัดเจนมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาได้และพนักงานแนะนำบริการมีอรรถยาศัยดี และสุภาพ

และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความชอบต่อปัจจัยย่อย ด้านมีจดหมายหรือโทรศัพท์เชิญชวนให้มาใช้บริการ และพนักงานแนะนำบริการมีความชำนาญ น่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยมีการชิงโชค หรือมีของกำนัลให้กับผู้มาใช้บริการและพนักงานสามารถอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการได้ชัดเจน

จากการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของบริรักษ์ ทุ่งแจ้ง (2548) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีความคาดหวังและความพึงพอใจ ในด้านพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ มีความน่าเชื่อถือ และพนักงานสามารถให้คำปรึกษาได้ชัดเจน

3.องค์ประกอบด้านพฤติกรรมในแง่การตลาด

จากองค์ประกอบสองด้านที่กล่าวมาแล้ว จะส่งผลให้แสดงออกทางพฤติกรรมในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีแนวโน้มในการใช้บริการบัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง จะใช้บริการมาแล้ว 1-3 เดือน โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ เลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ และส่วนมากโอนเงินในแต่ละครั้งจำนวนน้อยกว่า 2,000 บาท ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และส่วนมากจะใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากไม่เคยแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากมีความรู้สึกชอบบริการ บัตรไม่ต้อง และจะใช้บริการบัตรไม่ต้อง ในอนาคต และพบว่าสาเหตุที่ไม่ใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง เนื่องจากไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการมากที่สุด

ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีดังนี้

1.ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากทราบว่า ปัจจุบัน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีบริการ บัตรไม่ต้อง และทราบเรื่องขั้นตอนในการ ให้บริการทั่วไป อาทิ ทราบว่าผู้โอนเงินสามารถโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงศรี อยุธยา จำกัด (มหาชน) หรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์ได้ ทราบว่าใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ผ่าน ที่ใดก็ได้บ้าง และทราบว่าธนาคารจะส่งข้อความผ่านระบบ โทรศัพท์มือถือแจ้งรหัสการรับเงินให้ผู้ โอนเงินทราบ แต่ยังไม่ทราบในเรื่องของเงื่อนไขรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ของบริการ บัตรไม่ต้อง อาทิ ไม่ทราบเงื่อนไขบริการกรณีทำรายการผิดพลาด ไม่ทราบเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้ บริการต่อรายการของบริการ บัตรไม่ต้องและไม่ทราบเรื่องเงื่อนไขการรับเงิน

2.ด้านความคิดเห็น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง โดยรวมมีระดับความชอบต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน ระดับมาก แต่มีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคาน้อยกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอื่น โดย มีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง มีระดับความชอบต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่มี ระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย น้อยกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอื่น โดยมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3.ด้านพฤติกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากใช้บริการมาแล้ว 1-3 เดือน โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ เลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ และส่วนมากโอนเงินในแต่ละครั้งจำนวน น้อยกว่า 2,000 บาท ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 20.01- 24.00 น. และไม่เคยแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง

ส่วนผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากมีความรู้สึกชอบบริการ บัตรไม่ต้อง และจะใช้บริการบัตรไม่ต้อง ในอนาคต และพบว่าสาเหตุที่ไม่ใช้บริการเนื่องจากไม่ได้รับความ สะดวกในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่เคยใช้และไม่เคยบริการ บัตรไม่ต้อง ในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง อยู่ในระดับมาก โดยมีองค์ประกอบและข้อเสนอแนะแก่ธนาคารในแต่ละด้าน ดังนี้

1.ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการของธนาคาร ทั้งผู้ที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนและรูปแบบในการให้บริการ บัตรไม่ต้อง อยู่แล้วแต่ยังไม่ทราบในเรื่องของเงื่อนไขรายละเอียดปลีกย่อยของบริการ และเงื่อนไขของอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ รวมถึงยังไม่ทราบเงื่อนไขในการทำรายการผิดพลาด ดังนั้น ทางธนาคารควรให้ความสำคัญในการสร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มบุคคลทั่วไปทั้งกลุ่มผู้ที่เคยและไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ให้ทราบถึงรายละเอียดและขั้นตอนในการให้บริการต่างๆ โดยอาจจะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยเน้นทางสื่อทางโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากทราบว่าไม่มีบริการ บัตรไม่ต้อง จากสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ แผ่นพับโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ ตามลำดับ ซึ่งจะทำให้ธนาคารได้ประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจในเรื่องรายละเอียดต่างๆของบริการ บัตรไม่ต้อง ให้กับผู้ใช้บริการและเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจ และสนใจมาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง อีกด้วย

2.ด้านความคิดเห็น

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง มีระดับความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในรายน้อยกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอื่น ดังนั้น ธนาคารควรพิจารณาในประเด็นเรื่องของอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการของบัตรไม่ต้อง ให้มีความเหมาะสม และแสดงให้เห็นว่าบริการ บัตรไม่ต้อง เป็นบริการที่แตกต่างจากบริการ โอนเงินต่างๆไป สามารถอำนวยความสะดวกกับผู้ใช้บริการได้อย่างไร โดยไม่ได้มีการคิดค่าบริการเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องของไม่คิดค่าบริการเพิ่มในการแจ้งรหัสรับเงินผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง พบว่ามีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดหน่าย น้อยกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอื่น ดังนั้น ธนาคารควรพิจารณา

ในประเด็นเรื่องของ จำนวนช่องทางที่สามารถให้บริการกับผู้ใช้บริการได้อย่างเพียงพอ และสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ได้ตลอดเวลา สามารถทำรายการได้ง่าย ถูกต้อง และรวดเร็ว รวมถึงการนำกลยุทธ์การตลาดตรงมาใช้ อาทิ การใช้โทรศัพท์หรือจดหมายเชิญชวนให้มาใช้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากเพียงปัจจัยเดียว คือ ความถูกต้องในการใช้บริการ และมีความชอบต่อปัจจัยย่อยด้านการมีจดหมายหรือโทรศัพท์เชิญชวนให้มาใช้บริการ มากที่สุด

3.ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากจะใช้บริการในช่วงนอกเวลาทำการของธนาคารและจำนวนเงินโอนต่อครั้งไม่มาก ดังนั้น ธนาคารควรพิจารณาในเรื่องของการอำนวยความสะดวกและความพร้อมของการให้บริการ บัตรไม่ต้อง ให้มีความพร้อมในการให้บริการตลอด 24 ชม. และเน้นการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้ที่เคยใช้บริการ ทั้งในเรื่องความปลอดภัย ความสะดวกรวดเร็ว หรือ ขั้นตอนการใช้ไม่ยุ่งยาก รวมถึงการมีพนักงานคอยให้คำปรึกษาหรือแก้ไขปัญหาในการใช้งาน เพื่อให้ผู้ที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง เกิดความมั่นใจและมีการแนะนำบอกต่อกับผู้อื่นให้มาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ต่อไป สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากใช้บริการมาแล้ว 1-3 เดือน เลือกรับบริการเพื่อธุรกิจ โอนเงินในแต่ละครั้งจำนวนน้อยกว่า 2,000 บาท ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ในวันเสาร์-อาทิตย์ช่วงเวลา 20.01-24.00 น. และไม่เคยแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ

ส่วนผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ธนาคารควรให้ความสำคัญในด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการมาใช้บริการเครื่อง ATM ควรมีความพร้อมในการให้บริการ 24 ชม. อุปกรณ์ไม่ชำรุดทรุดโทรมและมีเพียงพอต่อการใช้บริการ รวมถึงมีเจ้าหน้าที่แนะนำบริการให้กับลูกค้า และให้บริการอย่างทั่วถึงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ ได้หันมาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง และมีความรู้สึกว่าการใช้บริการ บัตรไม่ต้อง สามารถมาใช้บริการได้สะดวก ไม่ได้มีขั้นตอนในการใช้บริการซับซ้อนยุ่งยาก และเกิดความมั่นใจในการมาใช้บริการเนื่องจากมีอุปกรณ์ที่มีความพร้อมและมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาตลอด 24 ชม. ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ไม่ใช้บริการบัตรไม่ต้องเนื่องจากไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ

ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งคำถามที่ระบุในแบบสอบถามเรื่องระดับการศึกษา ระบุไว้ไม่ชัดเจน จึงอาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความสับสนในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้น ในการศึกษาคั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรแยกประเภทหัวข้อในแบบสอบถามให้มีความชัดเจน คือ ไม่ควรนำเอาผู้ที่กำลังศึกษารวมกับผู้ที่จบการศึกษาในระดับการศึกษาต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved