บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

การทำธุรกรรมทางการเงินในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป พร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น การทำธุรกรรมต่างๆ อาทิ ฝาก ถอน โอนเงิน การชำระค่าสินค้าอุปโภคและบริโภค การชำระค่าบัตรเครดิต เป็นต้น ผ่านเครื่อง ฝากถอนเงินสดอัตโนมัติ Automatic Teller Machine (ATM) บัตรเดบิต (Debit Card) บัตรเดบิต มีความแตกต่างกับบัตร กดเงินสด ตรงที่ผู้ถือบัตรเดบิต สามารถใช้บัตร ดังกล่าว ชำระค่าสินค้า หรือบริการในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ ที่รับบัตร ซึ่งเมื่อผู้ซื้อชำระค่าสินค้า หรือบริการผ่านบัตรเดบิต วงเงินค่าสินค้า หรือบริการ จะถูกตัดออกจากบัญชีเงินฝาก ของลูกค้าทันที บัตรเดบิต เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ธนาคารพาณิชย์ได้มีการทำตลาดอย่างต่อเนื่องในช่วง ที่ผ่านมา โดยมีการจัดทำแคมเปญทางการตลาด โดยเน้นจุดเด่นของบัตรที่มีความแตกต่างจากบัตร กดเงินสดโดยทั่วไป ซึ่งนอกจากใช้ทำธุรกรรมต่างๆ บนเครื่องฝากถอนเงินสดอัตโนมัติ เหมือนกับบัตร กดเงินสดทั่วไปแล้ว ผู้ที่ชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน บัตรเดบิต สามารถ ได้รับส่วนลดในร้านค้า ต่างๆ ที่เป็นพันธมิตรกับธนาคารพาณิชย์ นั้น นอกจากนี้บัตรเดบิตยังสามารถเบิก เงิน โอนเงินสด ในวงเงินที่สูงกว่าบัตร กดเงินสดทั่วไป และผู้ถือบัตรเดบิตที่ มีการเดินทางไปต่างประเทศ ยังสามารถที่จะเบิกเงินผ่านเครื่องกดเงินสดอัตโนมัติในต่างประเทศได้เช่นกัน

ต้นปี พุทธศักราช 2550 ที่ผ่านมา ในการดำเนินนโยบายการตลาดของธุรกิจบัตร เดบิต ในไทยเริ่มมีมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้น หากมีการทำด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง การที่จะผลักดันให้ลูกค้าเก่าเปลี่ยน จากบัตรกดเงินสดมาเป็นบัตรเดบิต โดยการยกเลิกการออกบัตรจากบัตร กดเงินสด เปลี่ยนมาเป็นบัตรเดบิตแทน สำหรับปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิต ยังคงสามารถที่จะเติบโตได้ดีในอนาคต แต่ต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร โดยการเสนอจุดเด่นของการใช้บัตร ที่ว่าลูกค้าไม่จำเป็นต้องกังวลกับการที่จะต้องมาชำระเงินภายหลังและไม่ต้องกังวลกับหนี้คงค้าง และการเสียดอกเบี้ยอีกด้วย การเสนอรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยของบัตรเครดิตที่ปรับขึ้นมาอยู่ที่ 20% ต่อปีขึ้นไป ก็อาจมีส่วนส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้าลดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และหันมาให้ความสนใจต่อบัตรเดบิตมากขึ้นในอนาคตได้เช่นกัน ธุรกิจบัตรเดบิตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างรายได้ให้แก่สถาบันการเงิน โดยมาจากค่าธรรมเนียมทั้งจากกลุ่มลูกค้า และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ประกอบการร้านค้า จำนวนผู้ถือบัตรเดบิต ในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เป็นผลมาจากการปรับกลยุทธ์การตลาดของธนาคารพาณิชย์ เช่น การให้ส่วนลดในการฟรีค่าธรรมเนียมบัตรในปีแรก การลดค่าธรรมเนียมบัตรเท่ากับบัตรกดเงินสดในปีแรก และการยกเลิกบัตรกดเงินสดมาเป็นบัตรเดบิตแทน (บทความแนวโน้มบัตรเดบิต ปี 2551:เร่งปรับคุณภาพผลิตภัณฑ์ จากศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย วันที่ 2 มกราคม 2551)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ได้ทำการ เปิดตัวนวัตกรรม เคมายเดบิตการ์ด (K-My Debit Card) เมื่อวันที่ 7 เมษายน พุทธศักราช 2552 เป็นบัตรเดบิตใบแรกของไทยที่ผู้ถือบัตรสามารถออกแบบบัตรได้ด้วยตัวเอง โดยที่สามารถนำทั้งภาพถ่ายส่วนตัว, ภาพคนที่รัก หรือภาพโปรด ภาพไหนก็ได้ ผ่านทางเว็บไซต์ www.KBankcard.com แล้วรับบัตรพร้อมเปิดบัญชีที่ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาใดก็ได้ทั่วประเทศภายหลังจากสั่งทำบัตร 7 วัน หรือทำบัตรพร้อมรับได้ทันที ที่ 8 สาขาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ได้แก่ สาขาสยามสแควร์ สาขาย่อยเซ็นทรัลลาดพร้าว สาขาย่อยจามจุรีสแควร์ สาขาเออร์เบินสแควร์ (ประชาชื่น 12) สาขาซีคอนสแควร์ 1 สาขาย่อยเดอะมอลล์บางกะปิ สาขาย่อยฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต และสาขาย่อยเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า โดยผู้ที่มีบัญชีออมทรัพย์ หรือบัญชีกระแสรายวัน สามารถสมัครใช้บัตรเดบิตกสิกรไทย มายเดบิตการ์ดได้ ซึ่งบัตรสามารถที่จะถอนเงินสดได้ทั่วโลกสูงสุดถึงวันละ 200,000 บาท และมีวงเงินในการถอนเริ่มต้นที่ 50,000 บาท ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครื่องกดเงินสดอัตโนมัติ ที่มีเครื่องหมาย Plus หรือ VISA จำนวนเงินที่สามารถถอนได้สูงสุดในแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของธนาคารเจ้าของเครื่องกดเงินสดอัตโนมัติ และสามารถโอนเงินไปบัญชีของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยวงเงินสูงสุด 1,000,000 บาท โดยที่วงเงินเริ่มต้น 200,000 บาท หรือสามารถโอนเงินไปบัญชีต่างธนาคารที่เครื่องกดเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกสิกรไทย ด้วยวงเงินสูงสุดวันละ 100,000 บาท โดยเริ่มต้นครั้งละ 30,000 บาท (รายงานผลิตภัณฑ์.ธนาคารสิกรไทย, 2552)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาถึงทัศนคติของลูกค้า ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) รวมถึงแนวโน้มการใช้บัตรเพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนา และวางแผนการตลาดให้ตรงตามความต้องการลูกค้า และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของบัตรเดบิตกสิกรไทย มายเดบิตการ์ดต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้า ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด (K-My Debit Card)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบ ทัศนคติของลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนการตลาดให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่า

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อบัตรเดบิตกสิกรไทย มายเดบิตการ์ด

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการที่สาขาของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร

บัตรเดบิต หมายถึง บัตรพลาสติกที่ออกโดยธนาคาร ใช้ในการถอนเงิน โอนเงิน และชำระค่าสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

เคมายเดบิตการ์ด หมายถึง บัตรเดบิตที่ ออกโดย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้ในการถอนเงิน โอนเงิน และชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถออกแบบบัตรได้ด้วยตัวเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved