

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับสาขาของธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนมีนาคม - เดือนเมษายน 2547 จำนวน 300 คน โดยปัจจัยที่ทำการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านต้นทุน ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านความสะดวก ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านอื่น ๆ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย จากลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.3) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 36.7) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 49) ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท (ร้อยละ 56.7) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.7) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 23.3)

ข้อมูลการใช้บริการบัตรเครดิต ลูกค้าในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการถือครองบัตรเครดิตโดยเฉลี่ย 2 ใบต่อ 1 คน (ร้อยละ 52.0) โดยมีคนถือครองบัตรมากที่สุด จำนวน 3 ใบ (ร้อยละ 11.3) การถือครองบัตรทางการเงินของธนาคารทหารไทยส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเครดิต และบัตรเครดิต TMB VISA CARD ร่วมกัน (ร้อยละ 50.3) การใช้ประโยชน์มากที่สุด คือ เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM (ร้อยละ 66.0) สถานที่ที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ธนาคารพาณิชย์ (ร้อยละ 86.7) และเหตุผลสำคัญที่สุดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการบัตรเครดิต "TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD" คือ ด้านความสะดวก (ร้อยละ 38.7)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทย เมื่อเรียงลำดับปัจจัยตามระดับอิทธิพล พบว่า การที่ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวจำนวนมาก เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ามียุทธูปการถือครองบัตรเครดิตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา คือ ความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.92) ใช้จ่ายชำระทำได้คล่องเหมือนกับการใช้เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีความปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มี

ความรวดเร็วในการถอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.63) การมีเครือข่ายร่วมกับต่างธนาคาร และขั้นตอนการใช้บริการบัตรไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีจุดบริการตามเครื่องหมาย VISA ELECTRON กระจายอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) บัตรมีสีทันสมัยสวยงาม กะทัดรัด พกพาได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.46) จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีโปรโมชั่นต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.31) ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรมีราคาถูกกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.31) ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 3.30) รสนิยม (ค่าเฉลี่ย 3.21) นโยบายของรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 2.89) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.31) ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง เพศหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตมากที่สุด

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง และลูกค้าที่มีช่วงอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยมากที่สุด

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีสถานภาพโสด สถานภาพหย่า และหม้าย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลมากที่สุด

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลมากที่สุด และลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความ

สะดวกมีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลมากที่สุด

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยมากที่สุด

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ หรือขัดข้องบ่อยครั้ง (ร้อยละ 27.7) รองลงมา คือ ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้า (ร้อยละ 16.3) และร้านค้าที่ให้บริการบัตรเดบิตมีจำนวนจำกัด (ร้อยละ 14.7) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับสอง คือ จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ หรือขัดข้องบ่อยครั้ง (ร้อยละ 32.7) รองลงมา คือ ร้านค้าที่ให้บริการบัตรเดบิตมีจำนวนจำกัด (ร้อยละ 22.0) และการให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 12.7) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับสาม คือ มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 24.3) รองลงมา คือ การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก (ร้อยละ 15.0) และการให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 14.7) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับสี่ คือ ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้า (ร้อยละ 24.7) รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 15.7) และมีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 13.0) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับห้า คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 20.3) รองลงมา คือ การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 16.7) ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้าและมีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 16.3) ตามลำดับ

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ด/พ
332.93
153 ✓
c. 4

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับหก คือการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก (ร้อยละ 20.7) รองลงมา คือ การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 17.3) และอัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 16.3) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับเจ็ด คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 27.0) รองลงมา คือ มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 20.0) และ การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 16.0) ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเดบิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ได้รับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอดิศร ชุ่มอินทรจักร (2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบัตรเอทีเอ็ม ดังนั้นธนาคารจึงควรให้ความสนใจและทำการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนี้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

2. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอหรือขัดข้องบ่อยครั้ง ร้านค้าที่ให้บริการบัตรเดบิตมีจำนวนจำกัด มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอนหรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม จึงควรพิจารณาแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด เช่น การเพิ่มจำนวนเครื่องเอทีเอ็มให้เพียงพอหรือกระจายไปในจุดต่าง ๆ การขยายวงเงินในการโอนหรือเบิกเงินให้เพิ่มมากขึ้น เช่น วงเงินในการซื้อสินค้าและบริการ จาก 60,000 บาท เป็น 100,000 บาทต่อวัน ให้เทียบเท่ากับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ การร่วมมือกับร้านค้าสมาชิกและสถาบันต่าง ๆ ให้มีจำนวนมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

3. ธนาคารพาณิชย์ควรปรับปรุงบริการต่าง ๆ ของบัตรเดบิต ได้แก่ การเบิกถอนเงิน
สดจากเครื่องเอทีเอ็ม การซื้อสินค้าและบริการ และบริการโอนเงิน โดยให้มีความสะดวกรวดเร็ว
และง่ายต่อการใช้บริการยิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved