

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แบบมาตราส่วนประมาณค่า

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาได้กำหนดลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานครปฐม สาขาพระประโทน (นครปฐม) และสาขานนทรงพล (นครปฐม) จำนวน 400 ราย พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้าสาขานครปฐม เพศชาย อายุระหว่าง 25-34 ปี อาชีพหลักพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท ถือบัตรธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และใช้บ่อยที่สุดประเภท บัตรวีซ่า

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคา สถานที่หรือช่องทางการให้บริการ ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ การให้บริการของพนักงาน และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าอยู่ในระดับน้อย

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการ มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวโดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามแบรนด์ชื่อกิจการและความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามรายได้

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ ไม่เกิน 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 30,001-40,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามการให้วงเงินในการใช้บริการสูงมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ มากกว่า 50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรเงิน-บัตรทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรวีซ่า โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดสมาชิกบัตรมาสเตอร์การ์ด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ผลิตภัณฑ์และบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดสมาชิกบัตรร่วม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

2.2 ด้านราคา(Price)

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) และมีบริการทำบัตรใหม่โดยไม่คิดค่าธรรมเนียม มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของของกลุ่มอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามรายได้

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ ไม่เกิน 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มรายได้ 30,001-40,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มรายได้ มากกว่า 50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

จำแนกความเห็นตามประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรเงิน-บัตรทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรวีซ่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด บัตรมาสเตอร์การ์ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีบริการทำบัตรใหม่โดยไม่คิดค่าธรรมเนียมมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ราคามีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

2.3 ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าด้วยอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยชำระเงินค่าบัตรได้หลายวิธี มีสถานที่ในการรับชำระเงินค่าใช้บัตรเครดิตมาก มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความสะดวกในการเดินทางมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความสะดวกในการเดินทางมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีสถานที่ในการรับชำระเงินค่าใช้บริการเครดิตมาก มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามรายได้

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยชำระค่าบริการได้หลายวิธีมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยชำระค่าบริการได้หลายวิธี มีสถานที่ในการรับชำระเงินค่าใช้บริการเครดิตมาก มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 30,001-40,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามการชำระค่าบริการได้หลายวิธีมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยชำระค่าบริการได้หลายวิธีมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ มากกว่า 50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยจำนวนสาขามากครอบคลุมการให้บริการมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรเงิน-บัตรทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยชำระค่าบริการได้หลายวิธีมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรวีซ่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีสถานที่ชำระเงินค่าใช้บริการเครดิตมากมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรมาสเตอร์การ์ด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามมีสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงานมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการ

สถานที่หรือช่องทางการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีสถานที่ชำระเงินค่าใช้บริการเครดิตมาก มีสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน สถานที่จอดรถสะดวกกว้างขวางมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตาม ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี(ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามรายได้

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ ไม่เกิน 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 30,001-40,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตาม ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มรายได้ มากกว่า 50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

จำแนกความเห็นตามประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรเงิน-บัตรทอง โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี(ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรวีซ่า อยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรมาสเตอร์การ์ด อยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรร่วม อยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

2.5 ด้านการให้บริการของพนักงาน

การให้บริการของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานบริการด้วยความรวดเร็วมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

การให้บริการของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานมีความรู้สามารถตอบคำถามได้ชัดเจนมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การให้บริการของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานบริการด้วยความรวดเร็วมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

2.6 ด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตและขั้นตอนการแก้ไขปัญหาีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการแก้ไขปัญหาีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการแก้ไขปัญหาีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามรายได้

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ ไม่เกิน 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตและขั้นตอนการแก้ไขปัญหาีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 30,001-40,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการแก้ไขปัญหาีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้ 40,001-50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการต่ออายุและขั้นตอนการแก้ไขปัญหาีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มรายได้มากกว่า 50,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีผลมากต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

จำแนกความเห็นตามประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรเงิน-บัตรทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุดบัตรวีซ่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการต่ออายุและขั้นตอนการแก้ไขปัญหาที่มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มประเภทบัตรที่สมาชิกใช้บ่อยที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

2.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับ โดยความถูกต้องของใบแจ้งหนี้และมีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

จำแนกความเห็นตามอาชีพหลัก

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกสบายในการใช้จ่ายผ่านบัตรมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความถูกต้องของใบแจ้งหนี้และมีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย มีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัยมีผลมากต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

3. สรุปผลปัญหาและข้อเสนอแนะ ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ปัญหาของลูกค้ำ

ปัญหาของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการพนักงาน ด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สรุปได้ดังนี้

3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหาประเภทบัตรเครดิตมีให้เลือกน้อยและความล่าช้าในการให้บริการ อยู่ในระดับน้อย

3.1.2 ด้านราคา

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหาอัตราดอกเบี้ยค้างชำระสูง อยู่ในระดับน้อย

3.1.3 ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหาชำระเงินค่าใช้บัตรเครดิตได้เฉพาะช่องทางการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ เท่านั้น อยู่ในระดับน้อย

3.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหา ไม่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมตลอดชีวิตต้องติดต่อบอกยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นรายปี อยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามมีปัญหากำหนดคะแนนแลกของรางวัลไว้สูง อยู่ในระดับน้อย

3.1.5 ด้านการให้บริการของพนักงาน

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหาพนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาและพนักงานที่ให้บริการนอกเวลาติดต่อยากมาก อยู่ในระดับมาก

3.1.6 ด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหาขั้นตอนการอนุมัติบัตรเครดิตมีความยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก

3.1.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีปัญหาใบแจ้งหนี้ไม่ตรงกับยอดการใช้บัตรเครดิต อยู่ในระดับมาก

3.2 ข้อเสนอแนะของลูกค้า

ข้อเสนอแนะของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง มีข้อเสนอแนะให้ธนาคารควรรยกเว้นค่าธรรมเนียมตลอดชีวิต เพิ่มพนักงานรับโทรศัพท์ เพิ่มวิธีการชำระบัตรเครดิต ใบแจ้งควรงส่งให้ทันกำหนดชำระ ค่าใช้บัตรเครดิต ลดคะแนนแรกของรางวัลลงกว่าเดิม ลดระยะเวลาการอนุมัติบัตรเครดิต และร้านค้าสมาชิกที่รับบัตรไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ใช้บัตร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้านาคาการไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บริการ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ธีรธิดินวรัตน์ ณ อายุรยา 2545 : 68-88 อ้างจาก Adrian 1993 : 92-94) ซึ่งมีความเชื่อมโยง สอดคล้องกัน และเป็นแรงจูงใจให้เกิดและมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้สินค้าและบริการ ดังนั้น หากธนาคารไทยพาณิชย์ สามารถรักษามาตรฐานการให้บริการ และมีการปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของธนาคาร โดยไม่เปลี่ยนไปใช้บริการเครดิตของธนาคารอื่น จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตอยู่ในระดับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ผลิตภัณฑ์บริการที่ครอบคลุมทุกอย่างของสินค้าที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้บริการลูกค้าและการส่งเสริมการตลาด สิ่งกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสินค้า น้อยกว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา สถานที่หรือช่องทางการให้บริการ ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ การให้บริการของพนักงาน และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะการไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี (ในปีแรก) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กิตติเวท ไสยวงศ์(2546 : 104) พบว่ากลุ่มตัวอย่าง โดยรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเฉพาะผู้มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา ให้ความสำคัญกับอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าต่ำ และอัตราค่าธรรมเนียมรายปีต่ำ อยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ซึ่งเป็นระดับที่มีรายได้สูงสุดในการวิจัยครั้งนี้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระบบส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย และความสะดวกสบายในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ กิตติพันธ์ เตชะภาสรนันท์ (2538 : 3) พบว่า กลุ่มผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูงจะคำนึงถึงความสะดวกในการใช้จ่าย โดยมีร้านค้ารับบัตรเครดิตจำนวนมาก และสามารถใช้จ่ายได้ในวงเงินที่สูง แสดงให้เห็นว่า คนที่มีรายได้สูงคำนึงถึง ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากกว่าปัจจัยอื่น

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยสามารถใช้เบิกจ่ายเงินสดแทนบัตร ATM มีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุนนา วุฒิพงษ์รักษา (2537 : 2) ศึกษาเรื่องเหตุผลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต พบว่าปัจจัยหลักในการใช้บัตรเครดิต ของผู้ถือบัตร เพราะใช้แทนเงินสดหรือเบิกเงินสดได้ อาจมีเหตุผลมาจาก การขยายตัวของธุรกิจบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคสามารถใช้บัตรเครดิตเพื่อจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าและบริการได้สะดวกมีสถานที่ใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ความจำเป็นในการถือครองเงินสดสำหรับซื้อสินค้าของผู้บริโภคลดลง สิ่งที่เคยเป็นบริการที่เพิ่มพูนจากเดิม หรือเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ ซึ่งถือว่าเป็นการบริการที่เหนือกว่า และเสริมจากบริการหลัก ไม่เป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าอีกต่อไป น่าจะเป็นเหตุผล บัตรเครดิตสามารถใช้เบิกจ่ายเงินสดแทนบัตร ATM มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลน้อย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยรวมพบว่าการให้ระดับการมีผลของลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมีผลมาก โดยมีองค์ประกอบในแต่ละด้านดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการให้บริการของธนาคาร เนื่องจากยังมีบางสาขาให้บริการลูกค้าด้วยความล่าช้า และควรเพิ่มการให้วงเงินในการใช้บัตรให้มากขึ้น และควรเพิ่มบริการที่เพิ่มพูนจากเดิม เช่น มีเงื่อนไขพิเศษที่ดี และมีความแตกต่างจากธนาคารอื่น

2.ด้านราคา ควรลดอัตราค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ยลง ในกรณีที่ลูกค้ามีการใช้จ่ายบัตรเครดิตและชำระหนี้ที่สม่ำเสมอ

3.ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ ควรมีช่องทางการชำระบัตรเครดิต หลาย ๆ ที่ และไม่เสียค่าธรรมเนียม และสามารถชำระได้ที่เคาเตอร์ บริการของธนาคารอื่นด้วย ควรเพิ่มสาขาย่อยตามห้างสรรพสินค้า และ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการของลูกค้า

4.การส่งเสริมการตลาด ควรยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี จากที่ต้องติดต่อกับธนาคารปีต่อปี เป็นยกเว้นตลอดชีพ การจัดทำโปรโมชั่นแลกของรางวัล ควรกำหนดคะแนนในการแลกของไม่สูงมากนัก และควรมีการตลาดที่เพิ่มจากเดิมที่มีอยู่ เช่น สมาชิกบัตร แนะนำคนมาสมัครสมาชิกใหม่ ได้คะแนนเพื่อสะสมแต้มรางวัล

5.การให้บริการของพนักงาน ควรเพิ่มพนักงานทำงานนอกเวลาทำการ ที่ลูกค้าติดต่อเมื่อประสบปัญหาด้านการใช้บริการเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้าติดต่ออยากมาก ทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการติดต่อ และเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อธนาคารเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงาน

6.ขั้นตอนและวิธีการให้บริการ การอนุมัติบัตรเครดิต ควรลดขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา รวมถึงเอกสารประกอบการพิจารณา ให้ลดน้อยลง และขั้นตอนการแก้ไขปัญหา เช่น เมื่อนำบัตรเครดิตไปกดเงินที่ตู้ ATM และบัตรถูกยึด มีขั้นตอนการแก้ไขปัญหาที่ยุ่งยาก

7.การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรส่งใบแจ้งหนี้ให้กับลูกค้าให้เร็วกว่าเดิม เนื่องจากบางครั้ง เมื่อถึงกำหนดแต่ยังไม่ได้รับใบแจ้งหนี้ ทำให้ลูกค้าต้องเสียค่าธรรมเนียมชำระหนี้ล่าช้า นอกจากนี้ควรเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่ายผ่านบัตร เช่น ให้มีร้านค้าที่รับชำระค่าบัตรให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษา ผู้ถือบัตรเครดิต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และมีระดับต่ำที่สุด จากปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 ปัจจัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษาต่อในหัวข้อเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยอาจจะใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับ การส่งเสริมการตลาดที่ธนาคารปฏิบัติจริง การศึกษาดังกล่าวจะทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าได้ชัดเจนขึ้น และเกิดประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายหลักของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต ได้อย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าผู้ถือบัตรต่อไป