

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการบัตรเครดิตสถาบันการเงิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ว่ามีกลยุทธ์ใดที่มีผลในการเลือกถือบัตรเครดิตทั้งของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ และมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกันหรือไม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มประชากรที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 300 ราย โดยแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์พาณิชย์ และกลุ่มประชากรที่ใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ของธนาคารพาณิชย์ กลุ่มละ 150 ราย ซึ่งมีกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทำการศึกษาได้แก่ กลยุทธ์ด้านรูปลักษณะบัตร กลยุทธ์ด้านราคากลยุทธ์ด้านสถานที่ และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท เมื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต โดยส่วนใหญ่เห็นว่ากลยุทธ์ที่มีผลมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ กลยุทธ์ด้านค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีฟรี กลยุทธ์ด้านการมีจำนวนสาขามากสะดวกในการรับบริการชำระเงิน และกลยุทธ์ด้านการมีร้านค้าและสถานบริการที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเครดิต พบว่า ลูกค้ายส่วนใหญ่เบิกเงินสดล่วงหน้าไม่เกิน 3,000 บาทต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตมีจำนวน 3,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากห้างสรรพสินค้า โดยเลือกชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวนตามใบแจ้งหนี้

ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์จำนวน 150 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัท มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท

เมื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต โดยส่วนใหญ่เห็นว่ากลยุทธ์ที่มีผลมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ กลยุทธ์ด้านค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีฟรี กลยุทธ์ด้านการมีสาขาสะดวกในการรับบริการชำระเงิน และกลยุทธ์ด้านการมีร้านค้าและสถานบริการที่ขอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเครดิต พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เบิกเงินสดล่วงหน้าไม่เกิน 3,000 บาทต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตมีจำนวน 3,001-10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากห้างสรรพสินค้า โดยเลือกชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวนตามใบแจ้งหนี้

ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์จำนวน 150 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศเป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัท มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท เมื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต โดยส่วนใหญ่เห็นว่ากลยุทธ์ที่มีผลมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ กลยุทธ์ด้านค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีฟรี กลยุทธ์ด้านอัตราดอกเบี้ยในการคินัดชำระก่อนข้างต่ำ และกลยุทธ์ด้านบัตรเครดิตมีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการ เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเครดิต พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เบิกเงินสดล่วงหน้าไม่เกิน 3,000 บาทต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตมีจำนวนเงินไม่เกิน 3,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากห้างสรรพสินค้า โดยเลือกชำระหนี้บัตรเครดิตบางส่วนตามอัตราขั้นต่ำคือร้อยละ 10 ของยอดเงินคงค้าง แต่ไม่น้อยกว่า 1,000 บาท

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์กับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกัน 11 กลยุทธ์ย่อย กล่าวคือ กลยุทธ์ย่อย 10 ด้านที่มีผลต่อการถือบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์มากกว่าลูกค้าของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ซึ่ง ได้แก่

1) ค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีฟรี พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 27.720 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปีฟรีมีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

2) ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 12.026 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม สมเหตุ สมผล มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

3) การมีจำนวนสาขามากสะดวกในการรับบริการชำระเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 56.098 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการมีจำนวนสาขามากสะดวกในการรับบริการชำระเงิน มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

4) การมีตู้เอทีเอ็มมากและเพียงพอ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 60.669 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการมีตู้เอทีเอ็มมากเพียงพอต่อการเบิกเงินสด มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

5) การมีร้านค้าและสถานบริการที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 43.316 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการมีร้านค้าและสถานบริการที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

6) การมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.092 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายบัตรเครดิต มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

7) การใช้จ่ายบัตรมีการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.349 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการใช้จ่ายบัตรมีการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

8) การมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิต พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 18.438 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

9) การให้บริการของพนักงานสถาบันการเงินเป็นที่น่าพอใจ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 29.180 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านการให้บริการของพนักงานเป็นที่น่าพอใจ มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

10) บัตรเครดิตที่เลือกใช้ให้สิทธิประโยชน์มากกว่าบัตรเครดิตของสถาบันอื่น พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.079 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แสดงว่ากลยุทธ์ด้านบัตรเครดิตที่เลือกใช้ให้สิทธิประโยชน์มากกว่าบัตรเครดิตของสถาบันการเงินอื่น มีความแตกต่างกันในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

ส่วนกลยุทธ์ย่อยอีก 1 ด้าน ที่มีผลต่อการถือบัตรเครดิตของลูกค้าสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์มากกว่าลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งได้แก่

1) ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยาก พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 6.077 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่ากลยุทธ์ด้านขั้นตอนการเป็นสมาชิกไม่ยุ่งยาก มีความแตกต่างกันในการเลือกถือ บัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ระหว่างกลุ่มอายุอาชีพ รายได้ พบว่าความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ที่มีความแตกต่างในกลุ่มอายุ มีทั้งหมด 4 ด้านคือ

1) ขั้นตอนการเป็นสมาชิกง่ายไม่ยุ่งยาก พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 8.006 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการสมัครเพื่อถือบัตรเครดิตทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นว่ากลยุทธ์ด้านการสมัครเพื่อถือบัตรเครดิตทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากไม่มีผลต่อการถือบัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

2) ความหลากหลายประเภทให้เลือกใช้ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 7.682 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านความหลากหลายประเภทให้เลือกใช้ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุน้อยต่ำกว่า 30 ปี เห็นว่ากลยุทธ์ด้านความหลากหลายประเภทให้เลือกใช้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่มีผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป เห็นว่ากลยุทธ์ด้านความหลากหลายประเภทให้เลือกใช้ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

3) อัตราดอกเบี้ยในการผิณฑ์ชำระหนี้ก่อนข้างต่ำ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 11.534 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอาชีพมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านอัตราดอกเบี้ยในการผิณฑ์ชำระหนี้ก่อนข้างต่ำ แตกต่างกัน กล่าวคือ มีความแตกต่างในกลุ่มความคิดเห็นว่ามีผล ในทุกกลุ่มอายุเห็นว่ามีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต โดยมีผลกับกลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด

4) การมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 11.587 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าใน

ระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต แตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มอายุไม่เกิน 40 ปี เห็นว่ามีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตมากกว่ากลุ่มอายุที่มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

ส่วนความคิดเห็นของลูกค้าของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ที่มีความแตกต่างในกลุ่มอายุ มีทั้งหมด 3 ด้านคือ

1) การมีจำนวนสาขามากสะดวกในการติดต่อรับบริการชำระเงิน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 6.022 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีจำนวนสาขามากสะดวกในการติดต่อรับบริการชำระเงิน แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เห็นว่ากลยุทธ์ด้านการมีจำนวนสาขามากสะดวกในการติดต่อรับบริการชำระเงิน ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต แต่มีผลกับผู้ที่มียอดตั้งแต่ 31 ปี ขึ้นไป

2) การมีตู้เอทีเอ็ม มากและเพียงพอต่อการเบิกเงินสด พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 9.841 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีตู้เอทีเอ็ม มากและเพียงพอต่อการเบิกเงินสด แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่ากลยุทธ์ด้านการมีตู้เอทีเอ็ม มากและเพียงพอต่อการเบิกเงินสด ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต แต่มีผลต่อกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

3) การมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 5.526 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่ากลยุทธ์ด้านการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง ไม่มีผลต่อการเลือกใช้ แต่มีผลต่อกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มรายได้ ความคิดเห็นของลูกค้าสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ที่มีความแตกต่างในกลุ่มรายได้ มีทั้งหมด 6 ด้านคือ

1) บัตรเครดิตมีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้ เท่ากับ 2.648 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านบัตรเครดิตมีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้าทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า กลยุทธ์ด้านบัตรเครดิตมีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

2) การมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.864 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า กลยุทธ์ด้านการมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

3) การมีของสมนาคุณจากการสมัครถือบัตรเครดิต พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.301 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีของสมนาคุณจากการสมัครถือบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า กลยุทธ์ด้านการมีของสมนาคุณจากการสมัครถือบัตรเครดิต ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

4) การใช้จ่ายผ่านบัตรมีการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.919 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรมีการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า กลยุทธ์ด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรมีการสะสมแต้มเพื่อแลกของสมนาคุณ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

5) การมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.526 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่ากลยุทธ์ด้านการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิตโดยตรง ไม่มีผลต่อการเลือกใช้ แต่มีผลต่อกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

6) บัตรเครดิตที่เลือกใช้ให้สิทธิประโยชน์มากกว่า บัตรเครดิตของสถาบันการเงินอื่น พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.511 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า χ^2 จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าในระหว่างกลุ่มอายุมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านบัตรเครดิตที่เลือกใช้ให้สิทธิประโยชน์มากกว่า บัตรเครดิตของสถาบันการเงินอื่น ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลูกค้ำทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เห็นว่า กลยุทธ์ด้านบัตรเครดิตที่เลือกใช้ให้สิทธิประโยชน์มากกว่าบัตรเครดิตของสถาบันการเงินอื่น ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา

จากผลการศึกษากลยุทธ์ในการให้บริการบัตรเครดิตของสถาบันการเงินในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- 1) จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างของสถาบันการเงิน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัท จึงควรทำรายการส่งเสริมการขาย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเหล่านี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีความต้องการใช้บริการบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น เช่น จัดของสมนาคุณในการสมัครให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 2) จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ด้านขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยาก มีผลต่อการถือบัตรเครดิตของลูกค้าสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์มากกว่าธนาคารไทยพาณิชย์ ดังนั้นหากธนาคารไทยพาณิชย์ต้องการให้ลูกค้าถือบัตรเครดิตของธนาคารมากขึ้น ธนาคารควรลดขั้นตอนการสมัครให้ง่ายขึ้น หรือทำให้ลูกค้าธนาคารมีความรู้สึกว่าง่ายไม่ยุ่งยาก
- 3) จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ด้านการมีจำนวนสาขามากสะดวกในการติดต่อรับบริการชำระเงิน มีผลทำให้ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์เลือกใช้บริการบัตรเครดิต หากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ต้องการให้ลูกค้าใช้บริการบัตรเครดิตเพิ่ม จะต้องเพิ่มสาขาหรือจุดให้บริการให้มากขึ้น เช่นการเปิดจุดให้บริการของสถาบันการเงินตามห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- 4) จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ด้านการมีร้านค้าและสถานบริการที่ยอมรับบัตรเครดิตมาก มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ หากสถาบันการเงินต้องการลูกค้าบัตรเครดิตเพิ่ม จะต้องทำโปรโมชันส่วนลดในการซื้อสินค้าบริการผ่านบัตรเครดิตผ่านบัตรเครดิตให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น
- 5) จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ด้านการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อเชิญชวนสมัครบัตรเครดิต มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เนื่องจากสะดวกสบายไม่ต้องเดินทางมาธนาคาร ดังนั้นหากสถาบันการเงินต้องการให้ลูกค้าใช้บริการบัตรเครดิตมากขึ้นควรออกตลาดเพื่อหาลูกค้าตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ราชการ บริษัทเอกชนต่างๆ