

## บทที่ 5

### บทสรุปการวิจัย, อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

#### บทสรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในบทสรุปผลการวิจัย ครอบคลุมสาระดังนี้ วัตถุประสงค์ระเบียบวิธีการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ :-

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาหาเหตุผลของผู้บริโภคที่ใช้และเลือกสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ
3. เพื่อศึกษาปัญหาการใ้บัตรเครดิต
4. เพื่อศึกษาทัศนคติ และความคิดเห็นของผู้บริโภค

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเป็นกลุ่มอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน และแบ่งกลุ่มตัวอย่างเท่าๆกันในแต่ละกลุ่ม (Equal number sample) ได้แก่ ข้าราชการ 65 ราย รัฐวิสาหกิจ 65 ราย และเอกชน 65 ราย รวมทั้งหมด 195 ราย และสุ่มตัวอย่างโดยวิธีบังเอิญ (Accidental Sampling) ทั้งหมด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

ข้อสมมติฐาน คือ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลของผู้บริโภคที่ใช้และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่างๆ

ข้อสมมติฐาน คือ เหตุผลของผู้บริโภคที่ใช้และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่างๆแตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการใช้บัตรเครดิต

ข้อสมมติฐาน คือ ปัญหาการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลในด้านอื่น ๆ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC\* โดยใช้ ความถี่ อัตราร้อยละ ฐานนิยม และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ Chi-square

สรุปผลการวิจัย

พฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอก ซึ่งได้แก่สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Mix) และสิ่งกระตุ้นภายในคือก่อกองค่าและความรู้สึกของผู้ซื้อ (Buyer 's Black Box) ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่เคยใช้ไม่แตกต่างกันตามอาชีพ คือ ทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย ส่วนบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ปัจจุบันแตกต่างกันตามอาชีพ คือ ข้าราชการส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย พนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยและเอกชนจะใช้บัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ ผู้บริโภคจะใช้บัตรเครดิตในกรณีที่ต้องการซื้อสินค้าราคาสูงและเมื่อได้รับส่วนลดหรือบริการพิเศษจากการใช้บัตรและเมื่อเงินสดหมด นิยมใช้กับห้างสรรพสินค้า โรงแรม (ค่าห้องพัก ค่าอาหาร) และร้านค้าทั่วไปมากกว่าสถานที่อื่น ๆ จำนวนเงินในการใช้บัตรเครดิตต่อเดือนจะอยู่ในช่วง 1000 - 10000 มากกว่าช่วงอื่น ๆ

วัตถุประสงค์และประโยชน์การใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้ามากกว่าวัตถุประสงค์อื่น ๆ รองลงมาคือใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าอาหารและบริการ ส่วนสถานที่พบว่าผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่าแห่งอื่น ๆ

ประโยชน์ในการใช้บัตรเครดิตพบว่า ผู้บริโภคใช้เพื่อซื้อสินค้า ชำระค่าอาหาร และค่าบริการตามลำดับ

ด้านเหตุผลของผู้บริโภคที่ใช้และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่างๆ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเหตุผลการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะแตกต่างกันในแต่ละอาชีพคือ ข้าราชการและพนักงาน

รัฐวิสาหกิจ มีเหตุการณ์การใช้บัตรเครดิต เพราะสามารถใช้แทนเงินสดได้ สำหรับพนักงาน เอกชนใช้บัตรเครดิตเพื่อความสะดวก สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ยี่ห้อต่างๆ ในปัจจุบันของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่ที่เลือกยี่ห้ออื่นๆ เพราะ เป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว รองลงมาคือ บัตรนั้นมีร้านค้ารับบัตร เครดิตมากและสามารถใช้ได้ทั้งในและต่างประเทศ ส่วนในอนาคตจะเลือกเป็นสมาชิกบัตร เครดิตที่มีการยอมรับอย่างกว้างขวาง

ปัญหาการใช้บัตร เครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่ง ได้ทำการศึกษาปัญหาในด้านการบริการ ด้านบัตร ด้านธนาคาร ด้านร้านค้าที่รับ บัตร ซึ่งสรุปผลตามลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้

ปัญหาด้านบริการไม่แตกต่างกันโดยพบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่มีปัญหาด้านบริการมาก กว่าปัญหาด้านอื่น โดยเฉพาะปัญหาด้านบริการในเรื่องการแจ้งยอดการใช้บัตรชำระลงมา คือ การติดต่อยาก

ปัญหาด้านร้านค้ามีความแตกต่างกันโดยพบว่าข้าราชการมีปัญหาในเรื่องร้านค้า คิดค่าธรรมเนียมมากกว่าร้อยละ 3 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีปัญหาในเรื่องของร้านค้าคิดค่า ธรรมเนียมไม่เท่ากัน ส่วนพนักงานเอกชนมีปัญหาเรื่องพนักงานร้านค้าไม่มีความรู้เกี่ยวกับ บัตรเครดิต

ปัญหาด้านธนาคารไม่แตกต่างกัน พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องแจ้งยอดใน การใช้บัตรเครดิตช้า รองลงมาคือธนาคารหักบัญชีเร็ว

ปัญหาด้านบัตรไม่แตกต่างกัน พบว่าทุกอาชีพต้องใช้เวลาทำบัตรนานมากกว่า ปัญหาอื่น รองลงมาคือ การขอทำบัตรยาก อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ตลาดบัตร เครดิตและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคดังนี้ ในการวิเคราะห์ตลาดผู้ใช้บัตรเครดิต จำเป็นต้องเข้าใจลักษณะตลาดผู้บริโภค และลักษณะพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคที่ทำการวิเคราะห์ตาม กลยุทธ์การตลาด ของ รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สามารถนำมาใช้ในการอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ใครคือผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ใช้บริการบัตร- เครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ กลุ่มบุคคลอายุระหว่าง 20-60 ปี รายได้

5,000 - 25,000 บาทขึ้นไป โดยเฉพาะกลุ่มอายุระหว่าง 35-40 ปี รายได้ 20,001-25,000 บาท เป็นผู้สมรสแล้ว ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและเอกชน

2. ผู้ใช้บัตรเครดิตต้องการใช้บัตรเครดิต ยี่ห้อต่าง ๆ นั้น

พบว่าผู้ใช้บัตร เครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการใช้บัตร เครดิตดังนี้

อดีต	อาชีพรับราชการ	ใช้บัตร เครดิต	ธนาคารกรุงไทย	มากที่สุด
	รัฐวิสาหกิจ	"	ธนาคารกรุงไทย	"
	เอกชน	"	ธนาคารกรุงไทย	"
ปัจจุบัน	อาชีพรับราชการ	"	ธนาคารกรุงไทย	"
	รัฐวิสาหกิจ	"	ธนาคารกสิกรไทย	"
	เอกชน	"	ธนาคารไทยพาณิชย์	"
อนาคต	อาชีพรับราชการ	"	ขั้วญนคร	"
	รัฐวิสาหกิจ	"	ขั้วญนคร	"
	เอกชน	"	ขั้วญนคร	"

3. เหตุผลที่ผู้บริโภคว่าใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้บริโภคว่าใช้บัตรเครดิตเพราะความสะดวก ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก ๆ ไม่ต้องจ่ายเงินสดทันที

4. ผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้อันดับแรก คือ ธนาคารเองรองมาคือผู้บริโภคดีตัดสินใจเอง จากผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่ผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารใด ๆ นั้นเพราะเป็นลูกค้าของธนาคารนั้นอยู่แล้ว รองมาคือการขอสมัครทำบัตรเอง

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งได้แก่ อาชีพและรายได้ และปัจจัยทางจิตวิทยา คือต้องการเป็นที่ยอมรับว่ามีฐานะเด่นในสังคม

6. ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บัตรเครดิตอย่างไร ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิตเพราะได้วงเงินสูง มีร้านค้ารับบัตรเครดิตมาก และใช้ได้ทั้งในและนอกประเทศ เป็นเหตุผลสำคัญ

7. ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิต เมื่อใด

ผู้ใช้จะใช้บัตรเครดิตเมื่อซื้อสินค้าที่มีราคาสูง และเมื่อเงินสดหมด

## 8. ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตที่ไหน

ผู้ใช้จะใช้บัตรเครดิต ในห้างสรรพสินค้ามากกว่าสถานที่อื่น ๆ

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมักจะพบว่าผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ รวมถึงปัจจัยภายในซึ่งทำให้เกิดการตอบสนองของผู้บริโภคตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ตาม กลยุทธ์การตลาด ของ รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สามารถทราบรายละเอียดได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นภายนอกซึ่งได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัวจากผลการวิจัยมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมตอบสนองปัจจัยที่สำคัญต่อผู้บริโภค ได้แก่

1.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ซึ่งได้แก่ธนาคารหรือสถานที่ออกบัตร และร้านค้าที่รับบัตรมีมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิต และพบว่าการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว และเหตุผลรองมาคือ บัตรยี่ห้อต่าง ๆ มีร้านค้ายอมรับมาก

1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคจะใช้ และเลือกใช้ เพราะคุณสมบัติหรือประโยชน์ในการใช้ของบัตรเครดิต ได้แก่ สามารถใช้แทนเงินสดได้ สามารถซื้อสินค้าราคาแพง และใช้ได้ทุกๆแห่งทั้งในและต่างประเทศ

1.3 ด้านราคา (Price) โดยพบว่าผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกใช้เพราะค่าธรรมเนียมร้านค้า ค่าสมาชิกของผู้ออกบัตร แตกต่างกัน

1.4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่าผู้บริโภคใช้บัตรเครดิต เพราะได้รับการชักชวนจากพนักงานธนาคารและเพื่อนๆ นอกจากนั้นแล้วเกิดจากการโฆษณาของทางธนาคาร ได้รับสิทธิพิเศษและส่วนลดจากการใช้บัตรเครดิต หรือมีการติดต่อโดยตรง (Direct Mail)

1.5 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ทางด้านเทคโนโลยีของบัตรเครดิตและธนาคารผู้ออกบัตรได้แก่การที่บัตรเครดิตสามารถนำไปใช้ซื้อสินค้าแทนเงินสดได้ ถอนเงินสดและการใช้ประโยชน์จากบัตรได้มาก

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ด้านผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีผลต่อการใช้และเลือกใช้บัตรยี่ห้อต่างๆ ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพและรายได้ ส่วนปัจจัยด้านจิตวิทยา คือ ใช้น้บตร  
เครดิตตลอดกว่าพวกเงินสด และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตนเอง มีฐานะเด่นในสังคม

3. ผลจากสิ่งกระตุ้นภายนอกและกล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อทำให้เกิด  
การตอบสนองในด้านต่างๆ

- ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์คือ ผู้บริโภคจะใช้น้บตรเครดิตหรือไม่ ผลจากการวิจัย  
พบว่า ผู้บริโภคนิยมเลือกใช้น้บตรเครดิตมากขึ้น จากผู้ตอบแบบสอบถาม 195 ราย พบว่า  
เคยใช้น้บตรเครดิตในอดีต 75 บ้บตร ปัจจุบันน้ใช้อยู่ 282 บ้บตร และคาดว่าจะใช้ในอนาคต  
1399 บ้บตร

- การเลือกตรายี่ห้อ ผู้บริโภคเลือกเป็นสมาชิบ้บตรเครดิตที่มีการยอมรับมาก  
จากการวิจัยพบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่เคยใช้น้บตรเครดิตธนาคารกรุงไทย แต่ในอนาคตคาดว่าจะ  
จะใช้น้บตรเครดิตขว้บตร

- เลือกผู้ขายโดยเลือกบ้บตรเครดิตที่ร้านค้ารับบ้บตรเครดิตมาก

- เวลาในการซื้อคือใช้ในโอกาสที่ซื้อสินค้าราคาแพง

- สถานที่ใช้คือห้างสรรพสินค้า

- ปริมาณการใช้พบว่าผู้บริโภคจะใช้น้บตรเครดิตต่อเดือน 1,000-5,000 บาท

นอกจากนี้แล้วการวิจัยพฤติกรรมการใช้บ้บตรเครดิตของผู้บริโภค ยังเป็นไปตาม  
ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow ที่กล่าวว่าความต้องการของคนจะมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจาก  
ต่ำไปหาสูงตามลำดับความสำคัญ

สิ่งที่จูงใจให้ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้น้บตรเครดิตคือ

1 ความต้องการทางด้านความปลอดภัย เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคใช้น้บตร  
เครดิตในการซื้อสินค้าที่มีราคาสูงมากกว่ากรณีอื่นในห้างสรรพสินค้า ฉะนั้นจึงไม่ต้องการที่  
จะใช้เงินสดมาก ๆ ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย

2 ความต้องการทางสังคม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้น้บตรเครดิต มีรายได้  
20,001- 25,000 บาท ต้องการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตนเองและเป็นที่ยอมรับของสังคม

3 ความต้องการมีฐานะเด่นในประ เภทบ้บตรเครดิตจะแยกเป็นบ้บตรสำหรับบุคคล  
ที่มีรายได้ แตกต่างกันไป เช่นธนาคารจะออกบ้บตรเครดิต บ้บตรเงิน บ้บตรทอง บ้บตร  
ใช้สำหรับภายในประเทศ ภายนอกประเทศ ในวงเงินที่แตกต่างกัน ซึ่งบ้บตรแต่ละประ เภท

จะบอกถึงฐานะผู้บริโภคได้ว่ามีฐานะการเงินเป็นอย่างไร จึงทำให้สร้างลักษณะเด่นว่าผู้ที่ใช้บัตรเครดิตและ เป็นผู้ที่ใช้ได้ทั้งภายในและนอกประเทศด้วย เป็นผู้ที่มีฐานะที่ดีกว่าบุคคลอื่นในสังคม

บัตรเครดิตจัดอยู่ในบริการประเภทที่จับต้องไม่ได้แต่มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการของ รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ดังนี้

1. คุณภาพให้บริการ (Service Quality) ผู้บริโภคต้องการความรวดเร็วและถูกต้องเพราะผู้บริโภคพบปัญหาการใช้แจ้งยอดในการใช้บัตรล่าช้า
2. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivity) ลูกค้าพอใจในความคล่องตัวใช้ได้หลายแห่ง ประทับใจในชื่อเสียงบัตรเครดิต
3. ความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น (Competitive Differentiation) ลูกค้าใช้เพราะค่าธรรมเนียมต่ำกว่าบัตรอื่น มีร้านค้ารับบัตรมาก และ มีส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าได้รับการคุ้มครองอุบัติเหตุระหว่างเดินทาง

#### **ข้อค้นพบในด้านต่าง ๆ**

**ด้านตัวบัตร เครดิต (Product)** จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามใช้บัตรเครดิตทุกยี่ห้อ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า รองลงมาคือใช้ชำระค่าอาหารและบริการ สามารถใช้แทนเงินสดได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินสดทันทีปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายชิงเงินสด เพื่อยืดเวลาการชำระเงิน ประหยัดเวลาในการเบิกเงินสด นอกจากนี้แล้วยังสามารถใช้ชำระค่าบริการต่าง ๆ เช่น ชำระค่ารักษาพยาบาล ค่าน้ำมัน เป็นต้น

**ด้านราคา (Price)** จากการวิจัยพบว่าราคาส่วนมากเกิดจากค่าธรรมเนียมและค่าธรรมเนียม ด้านธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต มีปัญหาเรื่องค่าธรรมเนียมสูง และไม่คุ้มค่าทางด้านร้านค้ามีปัญหาเรื่องคิดค่าธรรมเนียมมากกว่าร้อยละ 3 และ แต่ละร้านคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน

**ด้านสถานที่ (Place)** จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตทุกสถานที่ โดยส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้ามากกว่าที่อื่นๆ เพราะสามารถซื้อสินค้าในราคาสูงได้ โดยไม่ต้องนำเงินสดติดตัว นอกจากนี้แล้วยังสามารถใช้ชำระค่าบริการตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น โรงแรม ซื้อตั๋วเครื่องบิน บิมน้ำมัน ธนาคาร โรงพยาบาล โรงเรียน และ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ

ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการโฆษณาบัตรเครดิตทางสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะทางนิตยสาร ทีวี หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย นอกจากนี้แล้ว ธนาคารผู้ออกบัตรยังมีการส่งข่าวสารบัตรเครดิตให้สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการแจ้งส่วนลดพิเศษจากการใช้บัตรเครดิตตามสถานที่ต่าง ๆ และยังสามารถสั่งซื้อสินค้าพิเศษทางไปรษณีย์อีกด้วย เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้บัตรให้มากขึ้น

ด้านปัญหาและอุปสรรค จากการวิจัยพบว่ามีปัญหาทางด้านบริการมากที่สุด คือ การแจ้งยอดในการใช้บัตรเครดิตล่าช้า ปัญหาในด้านบัตรเครดิตคือ ใช้เวลานานในการยื่นขอทำบัตรเครดิต ปัญหาด้านธนาคารคือ แจ้งยอดการใช้บัตรเครดิตล่าช้า เช่นเดียวกับปัญหาด้านบริการ ส่วนปัญหาร้านค้าคือ ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมมากกว่าร้อยละ 3 และร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน ปัญหาอื่น ๆ คือ ติดต่อธนาคารยาก ธนาคารให้วงเงินน้อย ต้องมีหลักประกันสูง และ พนักงานร้านค้ารับบัตรขาดความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิต

ด้านอื่น ๆ

- พบว่าผู้ใช้บัตรเครดิตยกเลิกการใช้บัตรเครดิต เพราะค่าค่าธรรมเนียมสมาชิกสูง ผลประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มค่าธรรมเนียมที่ต้องเสีย ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ร้านค้ารับบัตรมีน้อย ร้านค้าคิดค่าสินค้าสูงกว่าใช้เงินสด ได้วงเงินน้อย ติดต่อธนาคารไม่สะดวก ร้านค้าที่ใช้ประจำไม่รับบัตรเครดิต คุณสมบัติไม่ครบตามเงื่อนไข

- ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิตยี่ห้ออื่น ๆ เพราะเป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้ว และ มาขอเป็นสมาชิกด้วยตนเอง รongลงมาคือ ได้รับการชักชวนจากพนักงานของธนาคาร มีร้านค้ารับบัตรมาก ประทับใจชื่อเสียงของบัตรเครดิต เงื่อนไขเอื้ออำนวย อัตราค่าธรรมเนียมต่ำ พอใจในผลประโยชน์ที่ได้รับ สามารถใช้ได้ทั้งในและนอกประเทศ วงเงินที่อนุมัติสูง

- ในอนาคตผู้บริโภคพบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตขวัณนคร โดยเฉพาะบัตรที่มีการยอมรับมาก ใช้ได้ทั้งในและนอกประเทศ วงเงินสูง ไม่ต้องมีหลักประกัน ร้านค้าไม่คิดค่าธรรมเนียมเมื่อใช้บัตรเครดิต ได้รับส่วนลดพิเศษจากร้านค้า อัตราค่าธรรมเนียมต่ำ ประทับใจในชื่อเสียงของบัตรเครดิต ติดต่อธนาคารสะดวก

- ผู้บริโภคจะใช้บัตรเครดิตเพิ่มมากขึ้น จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 195 ราย เคยใช้บัตรเครดิตในอดีต 75 บัตร ปัจจุบันใช้ 282 บัตร และคาดว่าจะใช้ในอนาคต 1399 บัตร เฉลี่ยแล้วผู้บริโภคจะถือบัตรเครดิตต่อราย ตั้งแต่ 2 บัตรขึ้นไป มีเหตุผลที่ต้อง



การใช้คือ สามารถใช้ได้ทั้งในและนอกประเทศ พอใจในผลประโยชน์ที่ได้รับ ค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดต่ำ

### ข้อเสนอแนะ

- ผู้ออกบัตรเครดิตควรขยายร้านค้ารับบัตรให้มีเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ถือบัตรมีโอกาสได้ใช้บัตรเครดิตตามสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น เป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ถือบัตรบัตรเครดิต และส่งเสริมให้มีการใช้บัตรเครดิตแทนเงินสด เช่น ตามปั้มน้ำมัน โรงเรียน โรงพยาบาล และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่วนตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรใช้เป็นส่วนใหญ่นั้น ควรจะอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้นโดยการเพิ่มเครื่องรับบัตรตามจุดขายต่าง ๆ ภายในห้างสรรพสินค้า ทำให้ผู้ใช้บัตรเครดิตไม่ต้องรอนาน นอกจากนั้นควรเพิ่มวงเงินรับบัตรเครดิตของห้างร้านต่าง ๆ ให้สูงขึ้น และ คิดตั้งเครื่องตรวจเช็คบัตรเครดิต (VERIPHONE) ที่สามารถตรวจสอบความถูกต้องของบัตรอาัยค บัตรถูกขโมย บัตรหาย ได้อย่างรวดเร็ว และยังขออนุมัติการใช้บัตรในจำนวนเงินสูงที่เกินวงเงินรับบัตรของร้านค้าได้อย่างรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บัตรเครดิต

- ผู้ออกบัตรเครดิตควรร่วมมือกับร้านค้ารับบัตร ช่วยกันส่งเสริมการใช้บัตรเครดิตในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น เทศกาลท่องเที่ยว เทศกาลสำคัญของท้องถิ่น และ รายการพิเศษต่าง ๆ โดยการลดราคา และ มีรางวัลให้เมื่อมีการใช้บัตรเครดิต จะเป็นการช่วยให้มีการใช้บัตรเครดิตมากขึ้น และ ทางร้านค้าก็สามารถขายสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

- ผู้ออกบัตรเครดิตควรจะพัฒนารูปแบบของบัตรเครดิต ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น และสามารถใช้ได้หลายทาง เช่น ในบัตรเดียวสามารถใช้เป็นบัตรเครดิตในประเทศ และ ใช้ในต่างประเทศได้ด้วย สามารถใช้เป็นบัตร ATM ได้ สามารถใช้แทนบัตรส่วนลดพิเศษตามห้างสรรพสินค้าได้

- การเพิ่มประโยชน์จากการใช้บัตรเครดิต และ เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิมของธนาคารอีกทางหนึ่ง คือ ผู้ออกบัตรเครดิตควรส่งเสริมให้มีการใช้บัตรเครดิตมากขึ้น เช่น ผู้ใช้บัตรเครดิตภายใน 1 ปี จะมีการสะสมคะแนนตามจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเมื่อสะสมคะแนนถึงระดับหนึ่ง สามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นสินค้าหรือบริการพิเศษได้ หรือ ได้เป็นรางวัลพิเศษเป็นตัวเครื่องบินเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศฟรี เป็นต้น

- ปัญหาการแจ้งยอดการใช้บัตรเครดิตล่าช้า ควรแก้ไขโดย การพัฒนาระบบการบันทึกข้อมูลการใช้บัตรเครดิต ปรับปรุงวิธีการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพในการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น และกำหนดวันแจ้งยอดที่แน่นอนเป็นประจำทุกเดือน แจ้งให้ผู้ถือบัตรเครดิตทราบ พร้อมทั้งกำหนดวันชำระเงิมาให้ทราบล่วงหน้า โดยให้กำหนดเป็นระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจน

- ปัญหาการออกบัตรล่าช้า เนื่องจากมีผู้ขอใช้บัตรเครดิตเป็นจำนวนมาก เอกสารไม่ครบ ข้อมูลไม่เพียงพอ และมีเงื่อนไขมาก ผู้ออกบัตรเครดิตควรเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน โดยมีการอบรมให้ความรู้ด้านบัตรเครดิตแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ส่งเรื่องขออนุมัติ ควรตรวจสอบคุณสมบัติ และ ความถูกต้องของเอกสารให้ครบถ้วน ส่วนเรื่องระยะเวลา ควรกำหนดระยะเวลาในการออกบัตรที่แน่นอนภายใน 10 วัน หลังจากอนุมัติและให้ถือเป็นระเบียบปฏิบัติในการทำงานด้วย

- ด้านการขยายส่วนแบ่งตลาด ผู้ออกบัตรเครดิตควรอบรมพนักงาน ให้ความรู้ด้านบัตรเครดิต และ ให้พนักงานเป็นผู้นำเสนอให้กับลูกค้ารายใหม่ โดยมีข้อเสนอที่ดีกว่าคู่แข่งอื่น มีเงื่อนไขพิเศษให้กับลูกค้าชั้นดี และ เสนอบัตรเครดิตที่เป็นทั้งบัตรในประเทศ และบัตรต่างประเทศในบัตรเดียวกัน

- ลูกค้าเงินฝากรายใหญ่ที่ใช้บริการของธนาคารมานาน ควรได้รับการเสนอให้เป็นผู้ถือบัตรเครดิต (บัตรทอง) ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม และ ได้รับสิทธิพิเศษเสมือนเป็นลูกค้า VIP ของธนาคาร ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้ารายใหญ่ได้มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved