

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ศึกษาได้แก่ นักศึกษาที่มีบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. จำนวน 400 ชุด ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 4 ส่วนดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ และมหาวิทยาลัยสยาม คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากันตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุ 22 ปีขึ้นไป ขณะที่ศึกษาขณะบริหารธุรกิจเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001-6,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการ เอ.ที.เอ็ม. เป็นจำนวน 2 - 5 ครั้ง ใช้บริการถอนเงิน ใช้บริการช่วงเวลา 12.01 - 18.00 น. มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้าบ่อยที่สุด

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม.ของนักศึกษา

ในกรุงเทพมหานคร

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางให้บริการ ด้านราคา ตามลำดับ มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. ความแข็งแรงของบัตร ใช้

แผนบัตรประจำตัวนักศึกษา/ประชาชน ความสวยงามของบัตร การชำระค่าสินค้า/บริการแทนเงินสด และเอกลักษณ์เฉพาะของบัตร(มีชื่อสถาบัน) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ค่าธรรมเนียมรายปี และ ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือเสียหาย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคาร การเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านตู้ เอ.ที.เอ็ม. และจำนวนตู้ เอ.ที.เอ็ม.ของธนาคารที่มีให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าในการสมัครบัตร เอ.ที.เอ็ม. การให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีของแถมในการสมัครใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. การให้ข้อมูลบัตรผ่านพนักงานธนาคาร และแผ่นพับ/ป้ายโฆษณา ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การอธิบายความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. จำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 จำแนกตามสถาบันการศึกษา

นิติตจุพาลงกรณ์ ให้ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของบัตรสูงสุด ให้ความพึงพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการสูงสุด ให้ความพึงพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านจำนวนตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารที่มีให้บริการสูงสุด ให้ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านสิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือเสียหายสูงสุด ให้ความสนใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความแข็งแรงของบัตรสูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการสูงสุด ให้ความสนใจต่อช่องทางให้บริการในด้านการเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านการให้ข้อมูลบัตรผ่านพนักงานธนาคารสูงสุด

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของบัตรสูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปีสูงสุด ให้ความสนใจต่อช่องทางให้บริการในด้านการเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

มหาวิทยาลัยสยาม ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านสิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. และความสวยงามของบัตรสูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปีสูงสุด ให้ความสนใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

3.2 จำแนกตามเพศ

เพศชาย ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านสิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปีสูงสุด ให้ความสนใจต่อช่องทางให้บริการในด้านการเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านการให้ข้อมูลบัตรผ่านพนักงานธนาคารสูงสุด

เพศหญิง ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของบัตรสูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือเสียหาย และด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการสูงสุด ให้ความสนใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ให้ความสนใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

3.3 จำแนกตามชั้นปีการศึกษา

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านการชำระค่าสินค้า/บริการแทนเงินสดสูงสุด ให้ความสนใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการสูงสุด ให้ความสนใจ

พึงพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านการเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสำคัญ
พอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของบัตร
สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือ
เสียหายสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของ
ธนาคารสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของบัตร
สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปีสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อช่องทาง
ให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อการ
ส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านเอกลักษณ์เฉพาะของบัตร
(มีชื่อสถาบัน) สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปีสูงสุด ให้ความสำคัญ
ต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจ
ต่อการส่งเสริมการตลาดในการให้ข้อมูลบัตรผ่านพนักงานธนาคารสูงสุด

3.4 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 2,000 บาท ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านสิทธิ
ประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปีสูงสุด ใ้
ความพึงพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ใ้
ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 2,001-4,000 บาท ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านสิทธิ
ประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำ
รายการสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านจำนวนตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารที่มี
ให้บริการสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านการให้ข้อมูลบัตรผ่านพนักงาน
ธนาคารสูงสุด

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 4,001-6,000 บาท ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้าน
เอกลักษณ์เฉพาะของบัตร(มีชื่อสถาบัน)สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมรายปี
สูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านการเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. สูงสุด
ให้ความสำคัญพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 6,001-8,000 บาท ให้ความสำคัญพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความ
สวยงามของบัตรสูงสุด ให้ความสำคัญพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่

บัตรหายหรือเสียหายสูงสุด ให้ความสำคัญพึงพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารและจำนวนตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารที่มีให้บริการสูงสุด ให้ความสำคัญพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 8,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความสวยงามของบัตรสูงสุด ให้ความสำคัญพึงพอใจต่อราคาในด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการสูงสุด ให้ความสำคัญพึงพอใจต่อช่องทางให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคารสูงสุด ให้ความสำคัญพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในด้านแผ่นพับ/ป้ายโฆษณาสูงสุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการ

ปัญหาด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งในปัญหาด้านราคา พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ได้แก่ เสียค่าธรรมเนียมเมื่อกดเงินต่างธนาคาร ต้องเสียค่าธรรมเนียมทำบัตรใหม่ในกรณีบัตรชำรุด/หาย และเสียค่าธรรมเนียมรายปี

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลาง จากตารางที่ 4.88 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมในระดับปานกลาง ตามลำดับ ได้แก่ รูปแบบบัตรไม่สวย ไม่ทันสมัย และบัตรไม่แข็งแรงและแตกหักง่าย

ปัญหาด้านช่องทางให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง ปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ตามลำดับ ได้แก่ เงื่อนไขวงเงินในบัตร การให้ข้อมูลผ่านพนักงานที่ไม่เพียงพอ ข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ ของแถมไม่ถูกใจ และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับธนาคาร

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษาให้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) และสามารถวัดได้ตามองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดของบริการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางให้บริการ (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านสิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของศิริลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้านักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาบริหารธุรกิจ (มหาชน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านปัจจัยด้านบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านธนาคารมีบริการที่หลากหลายประเภทเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของวัฒนา ทองแย้ม (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด สาขาสมุทรสาคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วในการทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก แต่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของพิพัฒน์ โสมนัส (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้ใช้บัตรประจำตัว เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลลาดกระปราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการบัตรประจำตัวนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยเฉพาะสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้านักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาบริหารธุรกิจ (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย

ในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของพิพัฒน์ โสมนัส (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมใช้บัตรประจำตัว เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อส่วนลดค่าธรรมเนียมรายปี เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคาร เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้ายุทธศาสตร์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านปัจจัยด้านช่องทางให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านเรื่องของแบบฟอร์มอุปกรณ์ในการให้บริการมีเพียงพอ เป็นลำดับแรก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางและไม่สอดคล้องกับผลการค้นคว้าของพิพัฒน์ โสมนัส (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมใช้บัตรประจำตัว เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านในระดับมาก ต่อความสะดวกในการใช้บัตรประจำตัว เอ.ที.เอ็ม.

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าในการสมัครบัตร เอ.ที.เอ็ม. เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้ายุทธศาสตร์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีพนักงานให้ข้อมูลทางโทรศัพท์อย่างเพียงพอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจโดยสามารถอธิบายจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม. เป็นลำดับแรก เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐมีความพึงพอใจในระดับมาก นักศึกษา

มหาวิทยาลัยเอกชนและมหาวิทยาลัยราชภัฏมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนนักศึกษาปีที่ 2,3 และ 4 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 6,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ เอกลักษณ์เฉพาะของบัตร(มีชื่อสถาบัน) เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษาทุกมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาชั้นปี 1 มีความพึงพอใจในระดับมาก นักศึกษาชั้นปี 2, 3 และ 4 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ระดับไม่เกิน 2,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เป็นลำดับแรก เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษาทุกมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาทุกชั้นปีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ระดับไม่เกิน 2,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือเสียหาย เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษาทุกมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาทุกชั้นปีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ระดับไม่เกิน 2,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางให้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคาร เป็นลำดับแรก เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษาทุกมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาทุกชั้นปีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ระดับไม่เกิน 2,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ จำนวนตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารที่มีให้บริการ เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐ มหาวิทยาลัยเปิด และมหาวิทยาลัย

ราชภัฏมีความพึงพอใจในระดับน้อย นักศึกษาชั้นปี 2 และ 3 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาทุกชั้นปี 1 และ 4 มีความพึงพอใจในระดับน้อย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 6,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 6,000 บาทลงมา มีความพึงพอใจในระดับน้อย

การส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าในการสมัครบัตร เอ.ที.เอ็ม. เป็นลำดับแรก เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐ เอกชนและราชภัฏมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดมีความพึงพอใจในระดับน้อย นักศึกษาทุกชั้นปีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,001-8,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 6,000 บาทลงมา และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 8,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา เมื่อจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ พบว่า นักศึกษาทุกมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นักศึกษาทุกชั้นปีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ระดับไม่เกิน 2,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5.1 สรุปลำดับความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร และปัญหา

	ความพึงพอใจลำดับแรก	ความพึงพอใจลำดับสุดท้าย	ปัญหาลำดับแรก
ผลิตภัณฑ์	สิทธิประโยชน์ของบัตร เอ.ที.เอ็ม.	เอกลักษณ์เฉพาะของบัตร(มีชื่อสถาบัน)	รูปแบบบัตร ไม่สวย ไม่ทันสมัย
ราคา	ค่าธรรมเนียมในการทำรายการ	ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือเสียหาย	เสียค่าธรรมเนียมเมื่อกดเงินต่างธนาคาร
ช่องทางให้บริการ	ความสะดวกในการติดต่อสาขาของธนาคาร	จำนวนตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารที่มีให้บริการ	เงื่อนไขวงเงินในบัตร เอ.ที.เอ็ม.
การส่งเสริมการตลาด	ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าในการสมัครบัตร เอ.ที.เอ็ม.	แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	-

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาลความพึงพอใจต่อบัตรประจำตัวนักศึกษาที่เป็นบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ธนาคารควรปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องสิทธิประโยชน์ของบัตรเอ.ที.เอ็ม. ในด้านต่างๆให้มากขึ้น เช่น เมื่อนักศึกษาแสดงบัตรเอ.ที.เอ็ม. ของสถาบันแล้วสามารถใช้เป็นส่วนลดกับทางร้านค้าที่ร่วมรายการกับทางธนาคาร เป็นต้น และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของบัตร(มีชื่อสถาบัน) ให้มีความโดดเด่นแตกต่างไม่เหมือนกัน โดยให้มีความทันสมัยและสวยงามให้เข้ากับกลุ่มวัยรุ่น

ด้านราคา

ธนาคารควรปรับปรุงด้านราคาในเรื่องของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ โดยยกเว้นบางรายการได้เช่น สอบถามยอดเงินคงเหลือในบัตรเอ.ที.เอ็ม. เมื่อไปใช้บริการที่ตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของต่างธนาคารเนื่องจากเป็นรายการสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัตรเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่ถ้ามีรายการถอนเงินเกิดขึ้นจึงจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน และค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ในกรณีที่บัตรหายหรือเสียหาย เมื่อบัตรชำรุดหรือแถบแม่เหล็กเสื่อมควรมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำบัตรใหม่ให้กับนักศึกษา

ด้านช่องทางให้บริการ

ธนาคารควรแนะนำช่องทางการให้บริการให้นักศึกษาทราบว่า นอกจากการใช้บริการผ่านทางตู้ เอ.ที.เอ็ม. แล้วนักศึกษายังสามารถใช้บริการกับธนาคารทางด้านอื่นได้อีก เช่น บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์ และทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และในเรื่องเงื่อนไขของวงเงินในบัตร เอ.ที.เอ็ม. แต่ละประเภทจะไม่เหมือนกันเนื่องจากบัตรเอ.ที.เอ็ม. จะมีอำนาจการใช้จ่ายไม่เท่ากัน ถ้าต้องการกดเงินมากกว่าวงเงินในบัตรจะต้องโทรศัพท์เพื่อติดต่อขอวงเงินเพิ่มก่อนจึงจะกดเงินได้ ทางธนาคารควรประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาทราบถึงเงื่อนไขวงเงินในการใช้บัตรว่าบัตรแต่ละประเภทสามารถกดเงิน โอนเงินได้ต่อวันสูงสุด และมีสิทธิประโยชน์อะไรบ้างในบัตร เอ.ที.เอ็ม. ในแต่ละประเภทและแนะนำให้นักศึกษาใช้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของแต่ละธนาคาร

ด้านส่งเสริมการตลาด

ธนาคารควรมีการแจกแผ่นพับบอกถึงสิทธิประโยชน์ในการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ให้มากขึ้น และโฆษณาที่อยู่หน้าจอ เอ.ที.เอ็ม. ควรมีความหลากหลายและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และด้านหลังใบบันทึกรายการ ควรมีโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดในแต่ละช่วงอาจแบ่งเป็นรายเดือนหรือไตรมาสให้ลูกค้าเพื่อที่จะนำมาเป็นส่วนลดกับร้านค้าได้ เช่น ด้านหลังใบบันทึกรายการอาจจะมีส่วนลดในการซื้อสินค้ากับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการกับธนาคาร หรือมีการชิงรางวัลโดยส่งใบบันทึกรายการในกล่องที่ทางธนาคารจัดไว้ให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved