

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

การทำธุรกรรมทางการเงินในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป พร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น การทำธุรกรรมต่างๆ อาทิ ผัก ถอน โอนเงิน การชำระค่าสินค้าอุปโภคและบริโภค การชำระค่าบัตรเครดิตผ่านเครื่องเอทีเอ็มการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) หรือผ่านโทรศัพท์ (Telephone Banking) ทั้งนี้ ตลาดบัตรเดบิต (Debit Card) เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ธนาคารพาณิชย์ได้มีการทำตลาดอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา โดยมีการทำแคมเปญการตลาดเปลี่ยนจากบัตรเอทีเอ็มมาเป็นบัตรเดบิต โดยเน้นจุดเด่นของบัตรเดบิตที่มีความแตกต่างจากบัตรเอทีเอ็ม นอกจากนี้ยังทำธุรกรรมต่างๆ บนเครื่องเอทีเอ็มเหมือนกับบัตรเอทีเอ็มทั่วไปแล้ว เช่น เบิก โอนเงินสด และชำระค่าสาธารณูปโภค บัตรเดบิตมีความแตกต่างกับบัตรเอทีเอ็มตรงที่ว่า เป็นบัตรที่ใช้แทนเงินสดในการชำระค่าสินค้าและบริการได้โดยหักบัญชีเงินฝากของลูกค้าทันที นอกจากนี้ยังใช้เบิกเงินสดได้ทั่วโลก บริการบัตรอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินรูปแบบใหม่ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยผู้ถือบัตรไม่ต้องเบิกเงินสด เพียงแต่ใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการตามร้านที่มีเครื่องหมาย Visa Card Electronic หรือ Master Card Electronic ผ่านเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture) และผู้ถือบัตรจะลงลายมือชื่อใบซื้อ (Sale Slip) ให้เหมือนกับลายมือชื่อที่ปรากฏหลังบัตรจึงจะได้รับการอนุมัติ ซึ่งเมื่อผู้ซื้อชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านบัตรเดบิต วงเงินค่าสินค้าหรือบริการจะถูกตัดออกจากบัญชีเงินฝากลูกค้าทันที (ผู้จัดการ, 2550: ออนไลน์)

สำหรับทิศทางบัตรเดบิตในปี 2551 แนวโน้มการขยายตัวจะสูงขึ้นหากมีการทำการตลาดที่ต่อเนื่องและจริงจัง คาดการณ์จำนวนบัตรในปี 2551 จะมีประมาณ 22.75 ล้านบัตรจะขยายตัวร้อยละ 24 ซึ่งจะชะลอลงจากที่ขยายตัวร้อยละ 31 ในปี 2550 ที่คาดว่าจะมีบัตรเดบิตประมาณ 18.35 ล้านบัตร สาเหตุอาจจะมาจากการเร่งทำแคมเปญขยายฐานบัตรเดบิต การผลักดันให้ลูกค้าเก่าเปลี่ยนจากบัตรเอทีเอ็มมาเป็นบัตรเดบิต โดยการยกเลิกออกบัตรเอทีเอ็มเปลี่ยนมาเป็นบัตรเดบิตแทน สำหรับการใช้จ่ายบัตรเดบิตยังคงสามารถที่จะเติบโตได้ดีในอนาคต แต่ต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยของบัตรเครดิตที่ปรับขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 20 ต่อปี ก็อาจมีส่วนส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้าลดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และหันมาให้ความสนใจต่อบัตรเดบิตมากขึ้นในอนาคตได้เช่นกัน ทั้งนี้แนวโน้มปริมาณการใช้จ่าย

ผ่านบัตรเดบิตในปี 2551 คาดว่า จะมีประมาณ 44.9 พันล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 19.7 ซึ่งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากที่ขยายตัวร้อยละ 17.2 ในปี 2550 ที่คาดว่าจะมีปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิต 37.5 พันล้านบาท (กรุงเทพธุรกิจ, 2550: ออนไลน์)

ปี 2548 ธนาคารออมสินได้นำเอาระบบเทคโนโลยีการให้บริการบัตรเดบิตเป็นครั้งแรก ใช้ชื่อเรียก บัตรเดบิตว่าบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ (Visa Electron Debit Card) เพื่อมุ่งเน้นการให้บริการทางการเงินที่หลากหลายให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยสาขาธนาคารออมสินทั่วประเทศต่างก็ได้รับนโยบายจากธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ในการขยายฐานบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อต้องการให้บริการดังกล่าวสามารถเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มของธนาคาร และช่วยเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมอีกทางหนึ่ง ซึ่งธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 เป็นเขตการบริหารงานที่ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ให้ความสำคัญในการขยายฐานการบริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นศูนย์รวมทางเศรษฐกิจ ประชากร หน่วยงานราชการ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ปัจจุบันธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 มีลูกค้าบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ทั้งสิ้น 174,135 บัญชี ใช้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวนบัตรเดบิตรวม 13,679 บัตร และมีบัตรยกเลิกจำนวน 304 บัตร (บัญชีแสดงยอดฝากรวมของบัญชีเงินฝาก (อส.63) ธนาคารออมสินภาค 7, 21 มิถุนายน 2551 : แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์) เมื่อเทียบสัดส่วนการถือบัตรเดบิตกับจำนวนบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์แล้วยังมีจำนวนสัดส่วนในอัตราที่ต่ำ

จากสภาพการแข่งขันที่สูงของตลาดบัตรเดบิต ซึ่งมีผลกระทบต่อการใช้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ และผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพการบริการที่มุ่งเน้นความพึงพอใจ และรักษาฐานของลูกค้าเดิม ในด้านต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าตลอดจนสามารถแข่งขันกับธุรกิจบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในรูปแบบเดียวกันและต่างรูปแบบได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการของบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2 ที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการของบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์
2. เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการธุรกิจ  
 ทางด้านการธนาคาร โดยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม  
 ต่อไป

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2  
 ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ โดยถ้าการบริการที่ได้รับสูงกว่าความ  
 คาดหวัง ผู้ใช้บริการจะเกิดความรู้สึกประทับใจ ถ้าบริการที่ได้รับเท่ากับความคาดหวังผู้บริการ  
 จะเกิดความรู้สึกพอใจ

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารออม  
 สินเขตเชียงใหม่ 2

**ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการ  
 ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้าน  
 ราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัย  
 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

**บัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง บัตรที่ทำหน้าที่เสมือนเงินสด หรือ เช็คส่วนตัว  
 บัตรจะเชื่อมโดยตรงกับบัญชีเงินฝากธนาคาร เมื่อมีการใช้บัตรถอนเงินสด หรือ ชำระค่าสินค้าหรือ  
 บริการ จำนวนเงินนั้นจะถูกหักออกจากบัญชีธนาคารทันที

**ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่ 2** หมายถึง ธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ภายใต้  
 แผนนโยบายการบริหารงานเขตเชียงใหม่ 2 ประกอบด้วยธนาคารออมสินจำนวน 10 สาขา ได้แก่  
 สาขาหางดง สาขาสารภี สาขาแม่ริม สาขาสันทราย สาขาแม่ใจ สาขาแม่แตง สาขาเชียงดาว สาขา  
 ไชยปราการ สาขาฝาง สาขาพร้าว