

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด (K-My Debit Card) ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด (K-My Debit Card) จำนวน 400 คน ผลการศึกษาที่ได้นำมาสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะได้ดังนี้คือ

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก เคมายเดบิตการ์ด จากพนักงานธนาคาร แนะนำ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด 3 ลำดับแรกคือ เลือกรูปถ่ายและ ออกแบบบัตรได้เอง รองลงมาได้แก่ เลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 94.25 และ ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (K-Contact Center) โดยใช้หมายเลข โทรศัพท์ 02-8888888 ของธนาคารกสิกรไทยได้ และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานเคมายเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำเคมายเดบิตการ์ด 150 บาท ทราบว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิตการ์ด 200 บาท ทราบว่าการใช้เคมายเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็ม ทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00-22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ และทราบว่เคมายเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ของลูกค้าในการเลือกใช้เคมายเดบิตการ์ด ที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เคมายเดบิตการ์ด โดยรวมในระดับเห็นด้วย ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบ เคมายเดบิตการ์ดได้เอง ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ คำแนะนำของพนักงานธนาคารทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ เคมายเดบิตการ์ด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การสมัครทำเคมายเดบิตการ์ดผ่านเว็บไซต์ธนาคารสามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ทำให้เกิดความสะดวก และปัจจัยด้าน ราคา ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ เดิมเงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เคมายเดบิตการ์ด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก ใช้เคมายเดบิตการ์ด เนื่องจากเลือกรูปแบบบัตรและออกแบบบัตรได้เอง โดยใช้เพื่อ ถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มในประเทศ มากที่สุด รองลงมาบริการ โอนเงิน ระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น รองลงมาชำระค่าสินค้าและบริการผ่านร้านค้า ในอนาคตมีแนวโน้มการใช้ เคมายเดบิตการ์ด ในปริมาณเพิ่มขึ้น และ จะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้เคมายเดบิตการ์ด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรม

การใช้เคมายเดบิตการ์ด จำแนกตาม เพศ และอายุ

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อเคมายเดบิตการ์ด

จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายรู้จักเคมายเดบิตการ์ดจากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุดมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ดเรื่องเลือกรูปถ่ายและออกแบบเคมายเดบิตการ์ดได้เองมากที่สุด และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานเคมายเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำเคมายเดบิตการ์ด 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.50 ทราบว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิตการ์ด 200 บาท

คิดเป็นร้อยละ 33.50 ทราบว่าการใช้แคมเปญเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็ม ทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.75 และทราบว่าการใช้แคมเปญเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงรู้จักแคมเปญเดบิตการ์ดจากพนักงานธนาคารแนะนำ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแคมเปญเดบิตการ์ด เรื่องเลือกรูปถ่ายและออกแบบแคมเปญเดบิตการ์ดได้เองมากที่สุด และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานแคมเปญเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำแคมเปญเดบิตการ์ด 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.50 ทราบว่าการใช้แคมเปญเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็ม ทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 34.50 ทราบว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีแคมเปญเดบิตการ์ด 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50 และทราบว่าแคมเปญเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี รู้จักแคมเปญเดบิตการ์ดจากโฆษณาทางโทรทัศน์ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแคมเปญเดบิตการ์ดเรื่องการเลือกรูปถ่ายและออกแบบแคมเปญเดบิตการ์ดได้เองมากที่สุด และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานแคมเปญเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำแคมเปญเดบิตการ์ด 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 ทราบว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีแคมเปญเดบิตการ์ด 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.25 ทราบว่าการใช้แคมเปญเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็มทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 18.00 และทราบว่าแคมเปญเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี รู้จักแคมเปญเดบิตการ์ดจากพนักงานธนาคารแนะนำ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแคมเปญเดบิตการ์ดเรื่องการเลือกรูปถ่ายและออกแบบแคมเปญเดบิตการ์ดได้เองมากที่สุด และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานแคมเปญเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำแคมเปญเดบิตการ์ด 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 ทราบว่าการใช้แคมเปญเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็มทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 19.25 ทราบ

ว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิตการ์ด 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.25 และ
ทราบว่าเคมายเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี รู้จักเคมายเดบิตการ์ดจากพนักงานธนาคาร
แนะนำจำนวน มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ดเรื่องการ เลือกรูปถ่ายและ
ออกแบบเคมายเดบิตการ์ดได้เอง มากที่สุด และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งาน
งานเคมายเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำเคมายเดบิต
การ์ด 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 ทราบว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิต
การ์ด 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 ทราบว่าการใช้เคมายเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและ
บริการผ่านทางเอทีเอ็มทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ
16.00 และทราบว่าเคมายเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป รู้จักเคมายเดบิตการ์ดจากพนักงาน
ธนาคารแนะนำ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ดเรื่องการ เลือกรูปถ่ายและ
ออกแบบ เคมายเดบิตการ์ดได้เอง เลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้ได้
และค่าธรรมเนียมถอนเงินสดผ่านตู้เอทีเอ็มต่างประเทศ ครั้งละ 100.-บาทมากที่สุดเท่ากัน และมี
ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานเคมายเดบิตการ์ดคือ ทราบว่าธนาคารกสิกรไทย
เก็บค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิตการ์ด 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.50 ทราบว่าการใช้เคมายเดบิต
การ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็ม ทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น. โดยไม่เว้น
วันหยุดราชการ คิดเป็นร้อยละ 7.00 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัคร
ทำเคมายเดบิตการ์ด 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.50 และทราบว่าเคมายเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน
5 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ของลูกค้าในการเลือกใช้เคมายเดบิตการ์ด ที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จำแนกตามเพศ

เพศชายเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้เคมายเดบิต
การ์ด ดังนี้ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่เรื่องสามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบ เคมายเด

บัตรเครดิตได้เอง รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องคำแนะนำของพนักงานธนาคาร ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแคมเปญบัตรเครดิต ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และใช้บริการ ในเรื่อง การสมัครทำแคมเปญบัตรเครดิตผ่านเว็บไซต์ธนาคารสามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศทำให้เกิดความสะดวก ปัจจัยด้านราคาในเรื่อง เงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม ตามลำดับ

เพศหญิง เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้แคมเปญบัตรเครดิต ดังนี้ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่เรื่องสามารถเลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำตัวเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการโฆษณาบริการของแคมเปญบัตรเครดิตผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแคมเปญบัตรเครดิต ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และใช้บริการ ในเรื่องการสมัครทำแคมเปญบัตรเครดิตผ่านเว็บไซต์ธนาคารสามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศทำให้เกิดความสะดวก ปัจจัยด้านราคา ในเรื่อง เงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม

จำแนกตามอายุ

อายุ 15-24 ปี เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้แคมเปญบัตรเครดิต ดังนี้ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่เรื่องสามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบแคมเปญบัตรเครดิตได้เอง ปัจจัยด้านราคา ในเรื่อง เงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และใช้บริการ ในเรื่อง การสมัครทำแคมเปญบัตรเครดิตได้ที่สาขาธนาคารกสิกรไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องคำแนะนำของพนักงานธนาคารทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแคมเปญบัตรเครดิต

อายุ 25-34 ปี และ 35- 44 ปี เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้แคมเปญบัตรเครดิต ดังนี้ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่เรื่องสามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบแคมเปญบัตรเครดิตได้เอง ปัจจัยด้านราคา ในเรื่อง เงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และใช้บริการ ในเรื่อง การสมัครทำแคมเปญบัตรเครดิตผ่านเว็บไซต์ธนาคารสามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ทำให้เกิดความสะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง คำแนะนำของพนักงานธนาคารทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแคมเปญบัตรเครดิต

อายุ 45 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้เคม่าย์เดบิตการ์ด ดังนี้ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่เรื่อง สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบเคม่าย์เดบิตการ์ดได้เอง ปัจจัยด้านราคา ในเรื่อง เคม่าย์เดบิตการ์ดที่มีค่าธรรมเนียมไม่มีค่าธรรมเนียม ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย และใช้บริการ ในเรื่อง การสมัครทำเคม่าย์เดบิตการ์ดผ่านเว็บไซต์ธนาคารสามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ทำให้เกิดความสะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง การโฆษณาบริการของเคม่าย์เดบิตการ์ดผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเคม่าย์เดบิตการ์ด

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เคม่าย์เดบิตการ์ด

จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดเนื่องจากเลือกรูปแบบบัตรและออกแบบบัตรได้เอง โดยใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มในประเทศ ในอนาคตมีแนวโน้มการใช้บัตรเคม่าย์เดบิตการ์ดในปริมาณเท่าเดิม และจะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้เคม่าย์เดบิตการ์ด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดเนื่องจากเลือกรูปแบบบัตรและออกแบบบัตรได้เอง โดยใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มในประเทศ ในอนาคตมีแนวโน้มการใช้บัตรเคม่าย์เดบิตการ์ดในปริมาณเพิ่มขึ้น และจะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้เคม่าย์เดบิตการ์ด

จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี และ 45 ปีขึ้นไป เลือกใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดเนื่องจากเลือกรูปแบบบัตรและออกแบบบัตรเองได้เอง โดยใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มในประเทศ ในอนาคตมีแนวโน้มการใช้บัตรเคม่าย์เดบิตการ์ดในปริมาณเท่าเดิม และจะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้เคม่าย์เดบิตการ์ด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี และอายุ 36-44 ปี เลือกใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดเนื่องจากเลือกรูปแบบบัตรและออกแบบบัตรเองได้เอง โดยใช้เคม่าย์เดบิตการ์ดถอนเงินสดที่ตู้

เอทีเอ็มในประเทศ ในอนาคตมีแนวโน้มการใช้บัตรเดบิตการ์ดในปริมาณเพิ่มขึ้น และจะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้เดบิตการ์ด

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเดบิตการ์ด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับเดบิตการ์ด ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ ในเรื่องการเพิ่มเครื่องออกเดบิตการ์ด ให้มีในทุกสาขา เพื่อความสะดวก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการเดบิตการ์ด ควรมีโปรโมชั่นในการให้ส่วนลดในการใช้บริการกับสถานบริการต่างๆเป็นระยะๆ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ธนาคารควรเพิ่มความเร็วในการจัดทำและจัดส่งบัตร ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องค่าธรรมเนียมบัตรควรมีราคาต่ำกว่าที่กำหนดอยู่ในปัจจุบัน เป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้านานาชาติกรสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ต่อเดบิตการ์ด ใช้แนวคิดเกี่ยวกับทักษะคิด และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ทักษะคิดส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component)

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความรู้ความเข้าใจ ที่มีต่อเดบิตการ์ด คิดเป็นร้อยละ 74.28 เนื่องจากเมื่อทำการวัดผลความรู้ความเข้าใจ พบว่า ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อที่ตอบถูกต้องเป็น 13.37 คะแนน จากคะแนนเต็ม 18 คะแนน (ตารางที่ 4.12) โดยผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก เดบิตการ์ด จากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด รายละเอียดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในเดบิตการ์ดอันดับแรกคือ เลือกรูปถ่ายและออกแบบเดบิตการ์ดได้เอง ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสวง (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดลูกค้านานาชาติกรสิกรไทย สาขาหน้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบหรือเข้าใจข้อมูลการใช้บัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ อันดับแรกคือ ใช้โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองที่มีอยู่กับธนาคารสิกรไทยได้ และจากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

มีความรู้ความเข้าใจในแคมเปญเดบิตการ์ด ในด้านการใช้แคมเปญเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็มทำได้ตั้งแต่เวลา 06.00-22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ และเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำแคมเปญเดบิตการ์ด 150 บาท พร้อมค่าธรรมเนียมรายปีแคมเปญเดบิตการ์ด 200 บาท และทราบว่าแคมเปญเดบิตการ์ดมีอายุการใช้งาน 5 ปี

ทัศนคติส่วนของผู้รู้สึกและความคิดเห็น (Affective Component)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็น ว่าส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้แคมเปญเดบิตการ์ดโดยรวม ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย กับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ ปัจจัยด้านราคาตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบแคมเปญเดบิตการ์ดได้เอง ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ (2547) ได้ทำการ ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่า อิเลคตรอนของลูกค้านักวิชาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการใช้บัตรและรหัสเอทีเอ็ม เป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติลูกค้าต่อบัตรเดบิตวีซ่าอิเลคตรอน เฟลิกซ์ ของบมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขาน่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ เป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อุษณีย์ สวัสดิ์ประดิษฐ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการใช้บัตรออมสินวีซ่าเดบิต ธนาคารออมสิน ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง สามารถใช้ได้กับเครื่องเอทีเอ็มทุกธนาคารเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ต่อปัจจัยด้านราคาในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ สามารถเติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรปกรณ (2547) ได้ทำการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรี วีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของ ลูกค้านาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องค่าธรรมเนียมในการออกบัตรใหม่ กรณีบัตรเดิมหาย ชำรุด หรือ ลืมรหัสเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **ไพสิฐ รอดแสวง (2549)** ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติลูกค้าต่อบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เฟลิกซี ของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขาน่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องเมื่อโอนเงินที่ตู้เอทีเอ็มไปยังบัญชีธนาคารกสิกรไทยที่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน ไม่เสียค่าธรรมเนียมโอนเงินเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **อุษณีย์ สวัสดิ์ประดิษฐ์ (2550)** ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการใช้บัตรออมสินวีซ่าเดบิต ธนาคารออมสิน ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องเมื่อ โอนเงินที่ตู้เอทีเอ็มไปยังบัญชีธนาคารออมสินที่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน ไม่เสียค่าธรรมเนียมการโอนเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การสมัครทำเคมายเดบิตการ์ดผ่านเว็บไซต์ธนาคาร สามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ทำให้เกิดความสะดวก ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **วราพร ลิขิตวัชรปรกรณ์ (2547)** ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้านาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องจำนวนจุดบริการที่มีเครื่องหมายวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ และการกระจายตัวของจุดบริการที่มีเครื่องหมายวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์เป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **ไพสิฐ รอดแสวง (2549)** ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติลูกค้าต่อบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เฟลิกซี ของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขาน่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องจำนวนสาขาของธนาคารกสิกรไทยที่จะสมัครทำบัตรและใช้บริการได้ทั่วประเทศ เป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **อุษณีย์ สวัสดิ์ประดิษฐ์ (2550)** ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการใช้บัตรออมสินวีซ่าเดบิต ธนาคารออมสิน ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องเครื่องเอทีเอ็มให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ คำแนะนำของพนักงานธนาคารทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **วราพร ลิขิตวัชรปรกรณ์**

(2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้านักวิชาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการส่งเสริมการขายโดยการแจกของแถม ส่งใบบันทึกการขาย ชิงโชค หรือรับส่วนลดต่างๆ เป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติลูกค้าต่อบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เฟล็กซี ของบมจ. ธนาคารกสิกรไทย สาขาน่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการส่งเสริมการขาย โดยการแจกของแถมเมื่อทำบัตรครั้งแรกเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อุษณีย์ สวัสดิ์ประดิษฐ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการใช้ บัตรออมสินวีซ่าเดบิต ธนาคารออมสิน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง การส่งเสริมการขายโดยการมีของแถมเมื่อสมัครทำบัตรออมสินวีซ่าเดบิตใหม่ เป็นลำดับแรก

ทัศนคติส่วนของแนวโน้มพฤติกรรม (Behavior Component)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการ ใช้เคมายเดบิตการ์ด เนื่องจากเลือกรูปแบบบัตรและออกแบบบัตรได้เอง โดยใช้ประโยชน์เคมายเดบิตการ์ดเพื่อถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มในประเทศ สอดคล้องกับการศึกษาของ วราพร ลิขิตวัชรภรณ์ (2547) ได้ ทำการ ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรี วีซ่า อิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้านักวิชาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์เพื่อถอนเงินสด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไพสิฐ รอดแสง (2549) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติลูกค้าต่อบัตรเดบิตวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เฟล็กซี ของบมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขาน่าน พบว่า ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการถือบัตรอันดับแรก คือ สะดวกและประหยัดเวลา และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อุษณีย์ สวัสดิ์ประดิษฐ์ (2550) ได้ ศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการใช้บัตรออมสินวีซ่าเดบิต ธนาคารออมสิน ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เหตุผลที่ใช้บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต ของธนาคารออมสินคือ มีสาขาทั่วประเทศ

ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด มีดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก เคมายเดบิตการ์ด จากพนักงานธนาคารแนะนำ ซึ่งส่วนใหญ่มีความเข้าใจ ต่อเคมายเดบิตการ์ด ที่ถูกต้องอยู่ที่ 13.37 คะแนน จากคะแนนเต็ม 18 คะแนน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับ เคมายเดบิตการ์ด ที่ถูกต้องหรือตอบถูกทุกข้อ มีจำนวน 25 คน จาก 400 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ด้านความคิดเห็น ที่มีต่อบัญชีส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัญชีย่อย 3 ลำดับแรก เป็นบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบเคมายเดบิตการ์ดได้เอง รองลงมาคือ สามารถเลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำตัวเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้ และบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านเคมายเดบิตการ์ดมีความหลากหลายตรงความต้องการ ส่วนลำดับที่สี่เป็นบัญชีด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ และลำดับที่ห้าเป็นบัญชีด้านการส่งเสริมการตลาด ดังตารางที่ 5.1

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เคมายเดบิตการ์ด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจเคมายเดบิตการ์ดส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น มีอายุระหว่าง 15-24 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้เคมายเดบิตการ์ด เพราะเห็นว่าสามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบบัตรได้เอง เป็นลำดับแรก และใช้บัตรเพื่อถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มในประเทศมากที่สุด เป็นลำดับที่สอง

ด้านความรู้สึกและความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อเคมายเดบิตการ์ด เพราะผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณการใช้บริการ เคมายเดบิตการ์ดมากขึ้น และยินดีที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการเคมายเดบิตการ์ด

ตารางที่ 5.1 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้เคมายเดบิตการ์ด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบเคมายเดบิตการ์ดได้เอง	ผลิตภัณฑ์	4.55 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
สามารถเลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำตัวเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการได้	ผลิตภัณฑ์	4.54 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2
บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านเคมายเดบิตการ์ดมีความหลากหลายตรงความต้องการ	ผลิตภัณฑ์	4.43 เห็นด้วย	3
การสมัครทำเคมายเดบิตการ์ดผ่านเว็บไซต์ธนาคาร สามารถรับได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ทำให้เกิดความสะดวก	ช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ	4.40 เห็นด้วย	4
คำแนะนำของพนักงานธนาคารทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด	การส่งเสริมการตลาด	4.34 เห็นด้วย	5
การโฆษณาบริการของเคมายเดบิตการ์ดผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด	การส่งเสริมการตลาด	4.31 เห็นด้วย	6
การสมัครทำเคมายเดบิตการ์ดได้ที่สาขาธนาคาร กลีกรไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม	ช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ	4.27 เห็นด้วย	7
เว็บไซต์ของธนาคารทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด	การส่งเสริมการตลาด	4.19 เห็นด้วย	8
เติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม	ราคา	4.17 เห็นด้วย	9
การสมัครใช้เคมายเดบิตการ์ดทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม	ช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ	3.92 เห็นด้วย	10
อัตราค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิตการ์ดเหมาะสม	ราคา	3.35 ไม่แน่ใจ	11

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของเคมายเดบิตการ์ด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
อัตราค่าธรรมเนียมสมัครทำเคมายเดบิตการ์ดเหมาะสม	ราคา	3.28 ไม่แน่ใจ	12

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกค้านานาชาติกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน กรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด

ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จัก เคมายเดบิตการ์ด จากพนักงานธนาคารแนะนำบริการซึ่งไม่สามารถอธิบายถึงบริการที่มีทุกอย่างโดยละเอียด ทำให้ลูกค้ารับทราบเพียงบริการที่ต้องการใช้เท่านั้น เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ทางธนาคารควรมีการแจกเอกสาร แผ่นพับเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ดให้ลูกค้า มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ ให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น เช่น สื่อโฆษณาภายในธนาคาร ป้ายโฆษณา โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร เป็นต้น

2) แผนการตลาดในการให้บริการเคมายเดบิตการ์ด

ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรโฆษณาประชาสัมพันธ์คุณสมบัติเด่นของเคมายเดบิตการ์ดเรื่อง สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบ เคมายเดบิตการ์ดได้เอง ให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น เพิ่มความเร็วในการจัดทำและจัดส่งบัตรให้แก่ลูกค้าเร็วขึ้น โดยลดเวลาและขั้นตอนการจัดทำบัตร และจัดให้มีบริการทำบัตรและรับบัตรได้ทันทีที่สาขา ซึ่งจากเดิมมี 8 สาขาให้เพิ่มมากขึ้น และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มความสะดวกในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านเคมายเดบิตการ์ดให้หลากหลายมากขึ้น

ด้านราคา ธนาคารอาจลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า หรือลดค่าธรรมเนียมรายปี เพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจใช้เคมายเดบิตการ์ดง่ายขึ้น และพนักงานธนาคารควรให้คำแนะนำกับลูกค้าเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมรายปีของบัตรว่าเหมาะสมคุ้มค่ากับความสะดวกที่ได้รับ และสามารถเป็นส่วนลดในการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร และสถานบริการอื่นๆ ที่เป็นพันธมิตรกับทางธนาคารได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ ปัจจุบันลูกค้าของธนาคารสามารถเลือกสมัครใช้บริการได้เพียง 2 ช่องทาง ที่อาจอำนวยความสะดวกได้ไม่มากพอ ดังนั้นธนาคารควรประชาสัมพันธ์การสมัครเคมยเดบิตการ์ดผ่าน เว็บไซต์ธนาคาร ให้มากขึ้นผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว และควรเพิ่มจำนวนสาขาของธนาคารที่สามารถจัดทำบัตรและรับบัตรได้ทันทีเพิ่มมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ธนาคารควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากการแนะนำผ่านพนักงานธนาคาร เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ รวมถึงการออกไปแนะนำบริการนี้ตาม หน่วยงานราชการต่างๆ บริษัทห้างร้านเอกชน ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น

3) แนวโน้มพฤติกรรมการใช้เคมยเดบิตการ์ด

ธนาคารควรทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น อายุระหว่าง 15-24 ปี เพิ่มขึ้น เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีความสนใจเคมยเดบิตการ์ดที่สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบบัตรได้เองมากกว่ากลุ่มอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น เชิงบวกต่อเคมยเดบิตการ์ด และยินดีแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ ดังนั้นธนาคารควรใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดโดยการให้สมาชิกแนะนำสมาชิกใหม่ และมีโปรโมชั่นในการให้ส่วนลดในการใช้บริการ ร้านค้า ร้านอาหาร และสถานบริการอื่นๆ เป็นระยะๆ เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้งานให้มากขึ้น