

ความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ด
ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย

SATISFACTION OF CUSTOMERS SERVICES KRUNGTHAI TRAVEL GARD
KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED CHIANGRAI BRANCH

เฉลิมรัตน์ เทพนิล
Chalermrat Thepnil

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย และ 2) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน และสุ่มตัวอย่างมาศึกษาโดยวิธีแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิธีการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบการถดถอย (regression analysis)

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการเลือกรับบริการบัตรกรุงไทย ทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก 3) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆไม่มีส่งผลต่อความพึงพอใจ และ 4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายโดยรวม พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย โดยรวม ในด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : บัตรกรุงไทยทราเวลการ์ด,ธนาคารกรุงไทย,ส่วนประสมทางการตลาด.

Abstract

The study aims to: 1) the personal factors that affect the satisfaction of the customer choose Card Thailand Travel Card of the Bank of Thailand Chiang Rai Province, and 2) to study the factors of the marketing mix. affecting the satisfaction of the customer choose card Thailand Travel card Bank of Thailand's Chiang Rai province population used in the study. The first Customers who choose Card Thailand Travel Card Bank of Thailand's Chiang Rai province, 400

sample and assay was simple. The instrument was a questionnaire compiled statistics used to analyze data were frequency, percentage, average, standard deviation. To test the relationship Using statistical regression testing (regression analysis).

The results showed that: 1) the marketing mix factors affecting customer satisfaction, choose Card Thailand Travel Card Bank of Thailand's Chiang Rai province. And the overall level 2) Reviews satisfaction, choose Card Thailand Travel cards, Bank of Thailand's Chiang Rai province. The overall and they were level 3) study the relationship between personal factors that affect the satisfaction of the customer choose Card Thailand Travel Card of the Bank of Thailand Chiang Rai finds factors. professional and personal income per month, affecting the satisfaction of the customer choose card Thailand Travel card of the Bank of Thailand. Statistically significant at the level of 0.05 The personal factors other side does not affect satisfaction. And 4) to study the relationship factors marketing mix affects the satisfaction of the customer choose Card Thailand Travel Card of the Bank of Thailand Chiang Rai Province Overall, the top part. marketing mix affects the satisfaction of the customer choose card Thailand Travel card Bank of Thailand in the overall process. Significant at the 0.05 level.

Keyword: Thailand Card Travel Card, Bank of Thailand, the marketing mix.

บทนำ

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์เริ่มนำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคารและเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคารหรือไปที่ตู้เอทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) หลังจากอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนในการใช้ชีวิตประจำวัน บทบาทของธนาคารจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นเช่นกัน โดยธนาคารได้พัฒนาหรือนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมให้บริการน่าสนใจมากขึ้น ดังเช่น บริการธนาคารออนไลน์บน Mobile Application ให้บริการลูกค้าทำรายการธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านเครือข่าย Internet สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน ได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่าย ทั้งเรียกดูบัญชี โอนเงิน ชำระเงิน สำหรับผู้มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทยก็เสมือนทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชม.(ธนาคารกรุงไทย, 2558)

ทั้งนี้ เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมการค้าเงินชีวิตของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศประมาณ 7 ล้านคนต่อปี และตอบสนองนโยบาย National e-Payment ของรัฐบาลในการส่งเสริมให้เกิดสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ที่ไม่จำกัดเฉพาะในประเทศ แต่ยังขยายไปยังต่างประเทศอีกด้วย ธนาคารกรุงไทยได้นำเทคโนโลยีทางการเงินมาใช้ในการออกผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในรูปแบบ Smart Concept โดยธนาคารได้ออกบัตร Krungthai Travel Card ตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2561 โดยตั้งเป้าไว้ 2 แสนบัตร มีกลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจ นักศึกษา นักท่องเที่ยว บริษัททัวร์ และพนักงานสายการบิน ช่วงแรกยังจะเว้นค่าธรรมเนียมออกบัตร 200 บาท และค่าธรรมเนียมรายปี 2 ปีแรก ซึ่งเป็นบัตรแรกและบัตรเดียว ที่ลูกค้าสามารถแลกเงินตราต่างประเทศด้วยตนเองเก็บไว้ในอัตราที่พิเศษกว่าในท้องตลาดได้ถึง 10 สกุลเงิน ได้แก่ ดอลลาร์สหรัฐ(USD) ยูโร(EUR) ปอนด์(GBP) เงินเยน(JPY) ดอลลาร์ฮ่องกง(HKD) ดอลลาร์ออสเตรเลีย(AUD) ดอลลาร์สิงคโปร์(SGD) ดอลลาร์นิวซีแลนด์(NZD) ดอลลาร์แคนาดา(CAD) และฟรังก์สวิส(CHF) โดยสามารถแลกเพิ่มได้ตลอดเวลา หากเงินที่แลกไปไม่เพียงพอ อีกทั้งยังใช้รูดซื้อสินค้าและบริการ ณ

ร้านค้าที่มีเครื่องหมาย VISA ทั่วโลก ใช้ถอนเงินสดได้ที่เครื่อง ATM ทั่วโลก รวมทั้งสามารถเปิด-ปิด การใช้งานของบัตรได้ด้วยตัวเองผ่าน Krungthai NEXT (ธนาคารกรุงไทย, 2561)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้า เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆของธนาคารกรุงไทย และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการศึกษาไว้เพื่อทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ราย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในทางบวก
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายในทางบวก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากสมมติฐานของการวิจัยที่นำเสนอข้างต้นสามารถกำหนดประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารสามารถนำความรู้จากผลการศึกษาในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. ผู้บริหารสามารถนำความรู้จากผลการศึกษาในเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยขอให้คำจำกัดความของศัพท์ต่างๆ ดังนี้

1. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

2. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป มีบัญชีออมทรัพย์ หรือบัญชีกระแสรายวันของธนาคารกรุงไทย และเปิดใช้บริการ Krungthai NEXT

3. บัตรกรุงไทยทราเวลการ์ด หมายถึง บัตรที่สามารถแลกเงินตราต่างประเทศเก็บไว้ได้ 10 สกุลเงิน ได้แก่ USD, EUR, GBP, HKD, JPY, AUD, SGD, NZD, CAD CHF ,บัตรที่สามารถถอนเงินสดด้วยสกุลเงินที่แลกเก็บไว้ได้ทั่วโลก (ในประเทศที่รองรับ 10 สกุลเงินนั้นๆ) ,บัตรที่สามารถใช้จ่ายที่ร้านค้าภายใต้มาตรฐาน VISA ด้วยสกุลเงินประเทศนั้นๆที่รองรับได้ทั่วโลก , บัตรที่สามารถซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ต่างประเทศและชำระด้วยสกุลเงินที่รองรับ (ไม่สามารถใช้งานผ่านเว็บไซต์ที่กำหนดให้ชำระเป็นเงินบาท)

4. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆโดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

5. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

7. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

8. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

9. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆที่ลูกค้าควรได้รับ

10. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้บริการเกิดความประทับใจ

11. ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

12. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง อายุ เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ เป็นต้น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics)เป็นสถิติที่มุ่งบรรยายลักษณะของตัวแปรในกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่ต้องการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกทุกหน่วยของกลุ่มนั้นแล้วนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระบบโดยสรุปดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่, ร้อยละ

1.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายโดยใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (\bar{X})และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.3 วิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายโดยใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (\bar{X})และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics)เพื่อใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ศึกษปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายใช้วิธีการทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบการถดถอย (regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 26- 30 ปี มีการศึกษาระดับมัธยม ศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้ 40,001-50,000 บาท

2. ผลการศึกษาระดับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะทางด้านกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.05ตามลำดับ ทั้งนี้สามารถสรุปผลเป็นรายด้านดังนี้

3. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการเลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10(S.D.= 0.50) เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็วและให้บริการข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D.= 0.70) รองลงมาบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดสร้างความสะดวกสบาย หากลูกค้าต้องการถอนเงินที่ตู้ ATM ต่างประเทศ ตามสกุลเงินที่กำหนด 10 สกกุลค่าเฉลี่ย 4.13(S.D.=0.83) บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดใช้งานได้ง่ายหากลูกค้าต้องการแลกเงินโดยการทำการผ่าน

แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ค่าเฉลี่ย 4.09 (S.D.=0.77) บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดสามารถใช้รูดซื้อสินค้าผ่านเครื่อง EDC ได้ค่าเฉลี่ย 4.06 (S.D.=0.68) และบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้าโดยการลดการถือเงินสด ระหว่างการเดินทางค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D.=0.85) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทย ตราเวลการ์ดสามารถใช้รูดซื้อสินค้าผ่านเครื่อง EDC ได้และพนักงาน มีการให้บริการที่รวดเร็วและให้บริการข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดใช้งานได้ง่าย หากลูกค้าต้องการแลกเงินโดยการทำการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆไม่มีส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย โดยรวม

5. ผลความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยรวม ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอย (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายโดยรวม ในด้านกระบวนการ (sig= 0.000) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายในด้านกระบวนการ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย สามารถอภิปรายผลโดยภาพรวม รายด้าน และรายข้อ ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในยุคไร้เงินสด ซึ่งบัตรใช้ทดแทนการใช้เงินสด สะดวกเมื่อเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศไม่ต้องกังวลเรื่องการแลกเปลี่ยนเงินสด สามารถดำเนินการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน KTB netbank เป็นผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสินีนานู คุรุกิจวานิชย์ (2558) การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซี-ออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการเลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานของธนาคารกรุงไทยมีการให้บริการที่รวดเร็วและให้บริการข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่าย บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดสร้างความสะดวก สบาย หากลูกค้าต้องการถอนเงินที่ตู้ ATM ต่างประเทศ ตามสกุลเงินที่กำหนด 10 สกุล บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดใช้งานได้ง่ายหากลูกค้าต้องการแลกเงินโดยการทำการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ด

สามารถใช้รูดซื้อสินค้าผ่านเครื่อง EDC ได้ และบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้าโดยการลดการถือเงินสดระหว่างการเดินทางเป็นผลให้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสมนึก มังกร (2559) การศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านทุกข้ออยู่ในระดับมากทั้งนี้สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้านดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สามารถเบิกถอนเงินสดที่ตู้ ATM ต่างประเทศ (ไม่เกิน 50,000 บาทต่อวัน) อีกทั้งสามารถแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้ถึง 10 สกุล โดยอัตราแลกเปลี่ยนที่ สามารถแลกเปลี่ยนและจัดการบัตรได้ตลอด 24 ชม.ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ สามารถใช้รูดซื้อสินค้าผ่านเครื่อง EDC ที่ต่างประเทศได้ (ไม่เกิน 500,000 บาทต่อวัน และบัตรกรุงไทย ทราเวลการ์ดช่วยสร้างความปลอดภัยเพราะลดความเสี่ยงในการถือเงินสดระหว่างการเดินทาง เป็นผลให้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องนภา ลีมรัตนา (2553) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาโคกกลอย จ. พังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.2 ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ตกรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทยไม่มีการเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมรายปี อีกทั้งมีอัตราค่าธรรมเนียมออกบัตรครั้งแรกมีความเหมาะสม (200 บาท) และกรณีสูญหายมีอัตราค่าธรรมเนียมออกบัตรทดแทนที่มีความเหมาะสม(200 บาท)เป็นผลให้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยณัฐณี คุรุกิจวาณิชย์ (2559)การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถานที่ให้บริการ และประเภทธุรกรรมส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถานที่ให้บริการประเภทธุรกรรม และเหตุผลในการเลือกใช้ บริการ

1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยทราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับ ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารกรุงไทยมีการให้คำแนะนำการใช้บัตรผ่านทาง Call center (02-111-1111) และ เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย และมีการให้บริการผ่านทางธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศ เป็นผลให้อยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของสมนึก มังกร (2559) การศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก

1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารกรุงไทยมีการจัดทำแผนเพื่อบอกรายละเอียดของบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ด ซึ่งสื่อนี้จะแจกผ่านช่องทางของธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศมีสื่อโฆษณาผ่านช่องทางเว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทยและสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการโฆษณาหน้าตู้ ATM ของธนาคารกรุงไทย โฆษณา ผ่าน Internet และ Social network เช่น Facebook , Line เป็นต้น และมีการออกบูทเพื่อประชาสัมพันธ์บัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ด เป็นผลให้อยู่ในระดับมากที่สุดคล้อยกับงานวิจัยของ ผ่องนภา ลิ้มรัตน(2553)ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาโคกกลอย จ.พังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยภายนอก มีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างชำนาญและรวดเร็ว พนักงานมีการให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม และทักทายลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเท่าเทียม พนักงานมีการให้ความรู้และชี้แจงรายละเอียดของบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดได้อย่างครบถ้วน พนักงานมีความกระตือรือร้น ใส่ใจ และมีความสุขต่อการลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นผลให้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสมนึก มังกร (2559) การศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี จังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก

1.6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะลูกค้าของธนาคารสามารถแลกเปลี่ยนเงินผ่านทางแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ได้โดยมีขั้นตอนที่ทำได้ง่าย เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน อีกทั้งเมื่อเกิดปัญหา เช่น บัตรสูญหาย หากต้องการอายัดบัตรก็สามารถแจ้งทางธนาคารกรุงไทยหรือ Call center ได้อย่างรวดเร็วและ ธนาคารมีการให้ข้อมูลการใช้บัตรผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย เป็นผลให้อยู่ในระดับมากที่สุดคล้อยกับงานวิจัยของภาสกร กุลชิต(2551)ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด คือความกระตือรือร้น และตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่ ส่วนที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็วของการให้บริการของธนาคาร ด้านสถานที่ประกอบการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ส่วนลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถที่จัดให้สำหรับผู้มาใช้บริการ

1.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรเครดิตกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารกรุงไทยมีการลงสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผนพับโฆษณาผลิตภัณฑ์ของธนาคารกรุงไทยไว้ให้กับลูกค้าได้ดูได้ผ่านคลาย มีจุดบริการที่เพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า และ ธนาคารกรุงไทยสาขาเชียงรายมีอาคาร สถานที่สะอาด มีที่จอดรถเพียงพอต่อการมาใช้บริการของลูกค้าเป็นผลให้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐณี คุรุกิจวานิชย์(2559)การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค3 ผลการวิจัยพบว่า 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถานที่ใช้บริการ และประเภทธุรกรรมส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์

3. ผลการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆไม่มีส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคาร กรุงไทย สาขาเชียงราย โดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณนิภา สาธุภาค (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเดบิตวีซ่า ของธนาคารออมสินในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเดบิตวีซ่าของธนาคารออมสิน มี 5 ปัจจัยที่สำคัญคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการเดบิตวีซ่า

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยรวม ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงรายโดยรวม ในด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องนภา ลิมรัตน์(2553)ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาโคกกลอย จ.พังงา ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบโดยการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน (2) กลุ่มตัวอย่างที่เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน (3) กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรนำเสนอถึงความปลอดภัยในการใช้บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ด เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงความปลอดภัยในการใช้บัตรมากกว่าการใช้ เงินสดระหว่างการเดินทาง

2. ด้านราคา ธนาคารควรลดค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าในกรณีสูญหายมีอัตราค่าธรรมเนียม ออกบัตรทดแทนที่มีความเหมาะสม (200 บาท)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารควรเพิ่มช่องทางให้บริการผ่านทางธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ธนาคารกรุงไทยควรทำการประชาสัมพันธ์โดยการออกบูทเพื่อประชาสัมพันธ์บัตรกรุงไทยตราเวลการ์ด
5. ด้านบุคลากร ธนาคารควรสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้น ใส่ใจและมีความสุภาพต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ ธนาคารควรมีการให้ข้อมูลการใช้บัตรผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ธนาคาร กรุงไทยสาขาเชียงรายควรมีอาคาร สถานที่สะอาด มีที่จอดรถเพียงพอต่อการมาใช้บริการของลูกค้า
8. ความพึงพอใจการเลือกรับบริการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดของธนาคารกรุงไทย ธนาคารควรสร้างความปลอดภัยในการบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดให้กับลูกค้าโดยการลดการถือเงินสดระหว่างการเดินทาง เพราะความปลอดภัยนั้นส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกควรใช้วิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)ในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม(Participant Participation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นต้น มาประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อให้ได้ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโดยละเอียดในเชิงลึก เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเพื่อสร้างความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์เพื่อรักษาลูกค้าเก่าเพื่อสร้างความยั่งยืนของรายได้และกำไร รวมถึงวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มลูกค้าใหม่อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกรุงไทย.(2561).ข้อมูลการใช้งานบัตรกรุงไทยตราเวลการ์ดธนาคารกรุงไทย.กรุงเทพฯ:ธนาคารกรุงไทย.
- _____.(2558).ข้อมูลการใช้งาน KTB Net bankธนาคารกรุงไทย.กรุงเทพฯ:ธนาคารกรุงไทย.
- ผ่องนภา ลีมรัตน์.(2553).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาโคกกลอย จ.พังงา.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์.(2559).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภาสกร กุลชิต. (2551).ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สินีนางู คุรุกิจวานิชย์. (2558).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซี-ออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุพรรณิกา สารภาค.(2554).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต GSB VISAELECTRON. วิทยานิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไปบัณฑิตวิทยาลัย.มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
สมนึก มังกร.(2559).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลีวัน จังหวัด
จันทบุรี.วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา.
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

Yamane, Taro.(1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.