

แนวทางแก้ไขปัญหายอดการใช้บริการบัตร VISA Debit ของลูกค้าธนาคารออมสิน

กรณีศึกษา: เขตสุราษฎร์ธานี 1 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The solution to the Problem of using the VISA Debit card Service of the GSB customer

ปิยธิดา มลอุ่น¹

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการเงิน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: piyatida.monoun@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัญหายอดการใช้บริการบัตร VISA Debit ลูกค้าธนาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัญหาการไม่ใช้บัตร VISA DEBIT และหาแนวทางเพิ่มยอดเปิดใช้บริการของลูกค้าบัตร VISA DEBIT เนื่องจากยอดเปิดใช้บัตรของลูกค้าธนาคารออมสินเขตสุราษฎร์ธานี 1 ไม่ถึง 80% ของเป้าหมายตาม KPI ของธนาคาร ศึกษาค้นคว้าโดยวิธีเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 221 ฉบับ และสัมภาษณ์บุคลากรระดับสูงที่เกี่ยวข้อง ผลจากการศึกษาทางเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร และเลือกกลยุทธ์เจริญเติบโต (Growth Strategies) เพื่อให้สามารถเติบโตและนำวิธีการที่หลากหลายแนวทางมาประยุกต์ใช้ร่วมกันในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ มุ่งเน้นการเจริญเติบโตอย่างเข้มข้น ในส่วนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ผู้ศึกษาได้เลือกกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์การแข่งขัน กลยุทธ์ด้านการอนุรักษ์และกลยุทธ์ด้านการป้องกัน โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ครบถ้วน มีคุณภาพในการสื่อสารเกี่ยวกับวิธีการใช้งานบัตร VISA ในอนาคต การบริการ ให้คำแนะนำและสิทธิประโยชน์ในการเปิดใช้บัตร VISA DEBIT แก่ลูกค้าธนาคารออมสิน โดยแนวทางที่เลือกเพื่อแก้ไขปัญหายอดการใช้บริการบัตรของธนาคารออมสินเขต สุราษฎร์ธานี 1 เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ปัจจัยความสำเร็จคือเป็นธนาคารเป็นรัฐบาลให้การสนับสนุนเป็นจุดแข็งขององค์กร ที่กำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจและทิศทางการดำเนินงานที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ ซึ่งปรับเปลี่ยนไปตามยุคดิจิทัลและพฤติกรรมของผู้บริโภค กลยุทธ์การอนุรักษ์ โดยการปรับปรุงจุดให้บริการผู้ฝาก - ถอน อิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเพียงพอ และกลยุทธ์การป้องกันรักษาฐานลูกค้าเก่า

คำสำคัญ: VISA Debit

ABSTRACT

Problem of using VISA Debit card service, GSB customer Surat Thani 1 zone to study the factors that are related to the problem of not using VISA DEBIT card and find ways to increase the service activation of VISA DEBIT card customers due to the card usage of the Government Savings Bank Suratthani 1 area not less than 80% Of the target according to the KPI of the Bank. Study and research by collecting 221 questionnaires and interviewing relevant persons. The results of the study of organizational strategy options And the selection of growth strategies (in order to be able to grow and apply a variety of approaches to be applied together in the business to achieve success Focus on intensive growth In the business level strategy The study has chosen an aggressive strategy. Competitive strategy

Conservation strategies and prevention strategies By focusing on providing knowledge and understanding that is accurate, complete, with quality in communication about how to use VISA cards in the future. Services Providing advice and benefits in using VISA DEBIT cards to GSB customers By choosing the solution to solve the problem of the opening of the service card of the Government Savings Bank, Surat Thani District 1 in order to promote the products of the bank The success factor is that being a bank is a government providing support as the strength of the organization. That defines the vision And the mission and direction of operation that led to the sufficiency economy philosophy And correspond to the national strategic plan Sustainable development goals of the United Nations Which changes according to the digital age and the majority of consumers' behavior Conservation strategy By improving the service points for deposit-withdraw vending machines Electronics to meet the needs of customers adequately And prevention strategies to maintain old customers

Keywords: VISA Debit

1. บทนำ

ธนาคารออมสิน ได้พัฒนาการให้บริการทางการเงินเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการทุกๆด้าน เพื่อสร้างอนาคตที่มั่นคง มั่งคั่ง เพื่อความสุขที่ยั่งยืนของประเทศและประชาชน มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมการให้บริการทางการเงิน เพื่อตอบโจทย์ในทุกกลุ่มลูกค้า จะนำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ และพร้อมที่จะร่วมขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค Digital Economy และ Thailand 4.0 เพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ของธนาคารออมสินให้ เป็นมากกว่าธนาคาร ธนาคารเพื่อสังคมการให้บริการบัตรเดบิต คือบัตรที่ธนาคารออกให้โดยผูกกับบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร ซึ่งสามารถใช้ในการทำธุรกรรมการเงินต่างๆ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือเครื่อง ATM ทั้งการฝาก-ถอนเงิน การโอนเงินหรือการสอบถามยอดเงินคงเหลือ รวมถึงการใช้จ่ายสินค้าและบริการต่างๆ จากการที่ธนาคารออมสินเปิดให้บริการบัตรเดบิตเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตสุราษฎร์ธานี พบว่ามียอดเปิดใช้บริการบัตร VISA DEBIT ของธนาคารออมสินสาขาในเขตสุราษฎร์ธานี 1 ต่ำกว่า 80% ของเป้าหมายตลอดระยะเวลา 3 ปี

ผลการดำเนินงาน	เขตสุราษฎร์ธานี 1			เขตสุราษฎร์ธานี 2		
	2558	2559	2560	2558	2559	2560
เป้าหมาย	28,178	28,630	32,453	22,785	23,150	24,610
จำนวนบัตร VISA	20,017	18,084	23,441	14,888	14,173	27,707
ร้อยละ	71.04	63.16	72.23	65.34	61.22	112.58
เป้าหมายรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ(ลบ.)	86.98	86.23	82.91	71.31	68.91	62.89
ยอดรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ(ลบ.)	81.19 (12.16)	80.49 (12.86)	100.48 (20.72)	51.40	55.24	81.47
รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการต่อเป้าหมาย (%)	93.35	93.35	121.20	76.70	80.16	129.54

จากยอดการใช้บริการบัตร VISA Debit ลูกค้านาคารออมสิน เขต สุราษฎร์ธานี 1 จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มียอดใช้บริการต่ำกว่า 80% ของเป้าหมายตลอด 3 ปี ตั้งแต่ปี 2558-2560 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัญหาการเปิดบัญชีแต่ไม่ขอใช้บัตร VISA DEBIT อาทิ เพศ การศึกษา อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย การรับรู้ความเข้าใจในบัตร และหาแนวทางแก้ไขกระตุ้นการเปิดใช้บริการบัตรเพื่อเพิ่มยอดเปิดใช้บริการลูกค้านาคารออมสินเขตสุราษฎร์ธานี 1

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัญหาการไม่ใช้บัตร VISA
2. เพื่อหาแนวทางเพิ่มยอดเปิดใช้บริการของลูกค้านาคารออมสินเขตสุราษฎร์ธานี 1

3. การดำเนินการวิจัย

ปัจจัยการใช้บริการบัตร VISA Debit ของลูกค้านาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการใช้หรือไม่ใช้บัตร VISA Debit ของลูกค้านาคารออมสิน

การทบทวนทฤษฎี

การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาสถานที่ตั้ง (Location) และพิจารณาช่องทางในการที่จะเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นสิ่งสำคัญในการส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะติดต่อสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีความประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีและก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการหรือซื้อสินค้า โดยจะเป็นหัวใจสำคัญของการส่งเสริมการตลาด

5. ด้านบุคคล หรือพนักงาน (People/Employee) โดยได้จากการคัดเลือก การอบรมและการใช้ความรู้ความสามารถ รวมไปถึงความน่าเชื่อถือของบุคลากร เพื่อที่จะสามารถสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดีกว่า โดยอาจมุ่งเน้นกลยุทธ์ความแตกต่าง อันจะเกิดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการขององค์กร เจ้าหน้าที่จะต้องมีความคิดริเริ่ม มีความสามารถ และมีทัศนคติที่ดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที่ ทบสนองต่อผู้ใช้บริการ ได้อย่างถูกต้อง และสามารถสร้างค่านิยมที่ดีให้กับองค์กรได้

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ (อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา โดยองค์ประกอบเหล่านี้จัดเป็นเกณฑ์ที่ได้รับความนิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด โดยลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายและง่ายกว่าการวัดตัวแปรทางด้านอื่นๆ โดยตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญในการแบ่งส่วนการตลาด ประกอบด้วย อายุ เพศ ลักษณะครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ

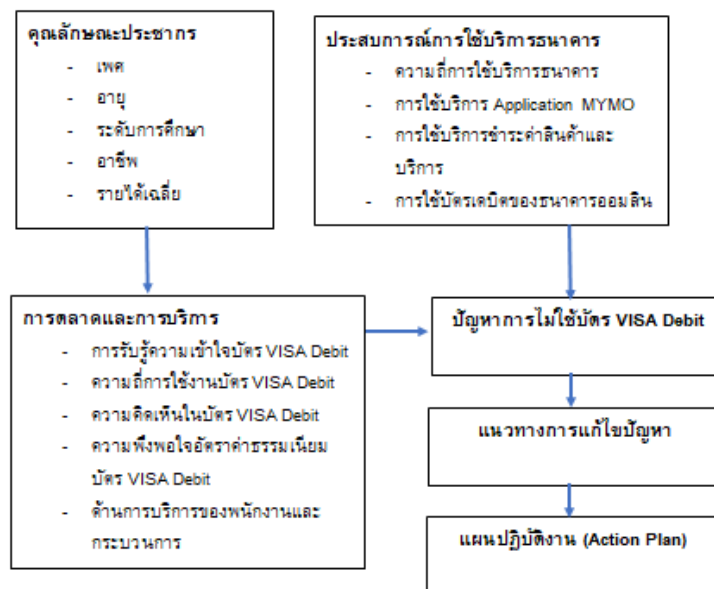
ชนานันท์ พันธุ์สมจิตร (2559) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านกายภาพ รวมถึงปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านอาชีพ และปัจจัยด้านรายได้ เพื่อนำผลงานวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการวางแผนทางการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการในการทำงาน ปัจจัยด้านบุคลากร สถานที่ให้บริการ และลักษณะบัตรเดบิต ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของสาขาที่สมัครบัตรเดบิต ปัจจัยด้านร้านค้าที่รองรับการใช้บัตรเดบิต และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งมีปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงนำไปปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการได้อีกด้วย

สมคิด ยาเคน และ พรรณเพ็ญ หอมบุญมา (2557) ได้ศึกษา “ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมืองในจังหวัดลำปาง” การศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมือง และเขตนอกเมืองในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมือง และเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง และศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมือง และเขตนอกเมือง กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าธนาคารออมสินสาขาลำปาง และสาขาวังเหนือ แห่งละ 100 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และเชฟเฟ (Scheffe) และช่วงระยะเวลาศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2556 - มกราคม 2557 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเขตเมือง และเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านกายภาพเป็นอย่างมากในการเลือกใช้บริการธนาคาร โดยให้ความสำคัญในเรื่องของประสิทธิภาพของระบบบริการทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ธนาคารตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีการแจกของขวัญ/ของที่ระลึกตามเทศกาล ช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ระบบการเงินของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ และระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือมากกว่าเรื่องอื่น

งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะว่า ธนาคารควรจะมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของธนาคาร อัตราดอกเบี้ย จัดหาที่จอดรถให้เพียงพอกับลูกค้า มีการกำหนดนโยบายในการให้บริการอย่างชัดเจนโดยเน้นคุณภาพในการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานในการอำนวยความสะดวกให้บริการทางการเงินที่ทันสมัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



กลุ่มตัวอย่าง 1. ประชาชนที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน จำนวน 15 สาขา เขตสุราษฎร์ธานี 1 จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วงวันที่ 1-15 มีนาคม 2562

กลุ่มตัวอย่าง 2. ผู้บริหารระดับสูงในธนาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 1 จำนวน 5 ท่าน คิดเป็น 33.33% ของผู้บริหารทุกสาขาในเขตสุราษฎร์ธานี 1 การเก็บรวบรวมแบบสอบถาม รายชื่อสาขาธนาคารออมสิน เขต

สุราษฎร์ธานี 1 จำนวน 15 สาขา สาขาสุราษฎร์ธานี สาขาบ้านนาสารสาขาเกาะสมุย สาขากาญจนดิษฐ์ สาขาเวียงสระ
สาขาดอนสัก สาขานนทรราษฎร์อุทิศ สาขาบ่อผุด สาขาเซ็นทรัลเฟสติวัล เกาะสมุย สาขาเกาะพะงัน สาขาขุนทะเล
สาขาบ้านนาเดิม สาขาละไม สาขาเซ็นทรัลเฟสติวัล สุราษฎร์ธานี สาขาสหไทย สุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ใช้สถิติการแจกแจง
ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 – 7 ประสิทธิภาพการให้บริการธนาคารออมสิน การรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit
ความถี่ในการใช้งานบัตร VISA Debit ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการบัตร VISA Debit ความพึงพอใจอัตราค่าธรรมเนียม
การใช้บริการบัตร VISA Debit และความคิดเห็นเกี่ยวกับพนักงาน วิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย
(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติการวิจัย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) วิเคราะห์
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment
Correlation Coefficient) ซึ่งตัวแปรทั้งสองตัวนั้นจะต้องมีระดับการวัดไม่ต่ำกว่าช่วงสเกล (Interval Scale) หรือ
อัตราส่วนสเกล (Ratio Scale) วิเคราะห์ได้โดยการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติแบบสองหาง (Two-tailed)
โดยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าค่า p-value < 0.05 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง
ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามแต่ละคู่กันมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3
ท่าน ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ผู้จัดการธนาคาร ออมสิน 1 ท่าน และนักวิชาการที่มีประสบการณ์
ด้านวิจัย 1 ท่าน และหลังจากได้รับคำแนะนำและข้อเสนอแนะ จึงนำเครื่องมือมาปรับปรุงเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์
มากที่สุดก่อนนำไปใช้

การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและทดลองใช้ (Try out) กับ
พื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงกับพื้นที่ของเขตสุราษฎร์ธานี เขต 1 ในกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 2 จำนวน
30 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค
(Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.91

จากการสัมภาษณ์บุคลากรระดับสูง

1. จากปัญหาขอการเปิดใช้งานบัตร VISA Debit ต่างๆ เช่น
 - ขาดการประชาสัมพันธ์ สินค้าประกอบการส่งเสริมการขาย
 - ลูกค้ามีทางเลือกในการหลีกเลี่ยงค่าธรรมเนียมมากขึ้น เช่น การใช้ MYMO
 - กลุ่มลูกค้าเป็นผู้สูงอายุเป็นส่วนใหญ่
 - ทักษะของลูกค้านักออมสิน คือธนาคารสำหรับการออมเงิน จึงมาติดต่อเปิดบัญชีเพื่อ
การออม
2. นโยบายสาขาย่อย มีผลต่อการใช้บัตรเดบิตหรือไม่ เช่น การทำตลาด การส่งเสริมการขาย

- มีผล เนื่องจากจะทำให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์และเข้าใจการใช้บัตรในการรูดซื้อสินค้าและบริการได้
 - มีผล เพราะการส่งเสริมการตลาดยังน้อย ไม่สามารถกระตุ้นแรงจูงใจลูกค้าได้
 - มีผล เนื่องจาก หากสาขาทำการจัด โปรโมชันกระตุ้นยอดขายบัตรเดบิตเองจะทำให้สาขาย่อยมีภาระค่าใช้จ่ายสูง
3. จากการให้บริการพบว่ากลุ่มประชาชนนิยมใช้บัตรเนื่องจากสาเหตุใด
 - สามารถฝาก-ถอนเงินได้ 24 ชั่วโมง
 - ของสมนาคุณเมื่อเปิดบัตรใหม่
 - สามารถนำไปรูดซื้อสินค้าได้
 4. การเข้าถึงตู้ฝาก-ถอนในแต่ละสาขา มีอุปสรรคหรือปัญหาอย่างไรบ้าง
 - ตู้ฝาก – ถอน มีปริมาณน้อย
 - ตู้ฝาก – ถอน มีสภาพเก่า ส่งผลให้ประมวลผลช้า เมื่อเงินติดภายในตู้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้าได้ ในวันหยุดยาวหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์
 5. ท่านมีความเห็นว่าควรมีกลยุทธ์หรือแนวทางแก้ปัญหาอย่างไร
 - จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จัด โปรโมชัน แจกของที่ระลึกและให้ความรู้การใช้งานบัตรแก่ลูกค้าใหม่
 - ลดค่าธรรมเนียมแรกเข้าเพื่อกระตุ้นยอดขายบัตร
 - เพิ่มสิทธิประโยชน์สำหรับบัตรเดบิตธนาคารออมสิน การมุ่งสัมพันธ์ชุมชนบอกถึงข้อดีของการใช้บัตร VISA Debit แทนการติดต่อด้วยสมุดบัญชี
 6. ความเหมาะสมในกลวิธีที่สาขาจะสามารถเพิ่มยอดการใช้งานบัตรเดบิต
 - แจกของสมนาคุณเพื่อกระตุ้นยอดการใช้บัตร
 - ลดค่าธรรมเนียมเพื่อดึงดูดลูกค้าที่สมัครบัตรใหม่
 - การใช้สื่อ ไลน์ ในการประชาสัมพันธ์

4. ผลการวิจัย

การศึกษาปัญหายอดการใช้บริการบัตร VISA Debit ของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการไม่ใช้บัตร VISA Debit ของลูกค้าที่ต่ำกว่าเขตอื่น โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.9 อายุระหว่าง 26 - 35 ปี จำนวนร้อยละ 33.9 คน และรองลงมา 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนใหญ่อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 35.7 และมีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.7 และรองลงมา 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.8

ระดับการเปิดใช้งานบัตร ของลูกค้าธนาคารออมสินเขตสุราษฎร์ธานี 1 พบว่าลูกค้าเปิดใช้บริการบัตรร้อยละ 61.1 ของประชาชนทั้งหมด โดยไม่ใช้บริการบัตร VISA Debit เพราะบัตรต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และขั้นตอนการใช้งานยุ่งยาก ซับซ้อน จำนวน 29 คิดเป็นร้อยละ 13.1

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย พบว่าอายุมีความสัมพันธ์ระดับต่ำกับความถี่ในการใช้งานบัตร VISA Debit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านระดับการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านพนักงานและบริการมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านรายได้มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (N = 221)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	93	42.1
หญิง	128	57.9
อายุ		
15 - 25 ปี	36	16.3
26 - 35 ปี	75	33.9
36 - 45 ปี	59	26.7
46 – 55 ปี	38	17.2
56 ปี ขึ้นไป	12	5.4
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	27	12.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	20	9.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	43	19.5
อนุปริญญา/ปวส.	39	17.6
ปริญญาตรี	79	35.7
สูงกว่าปริญญาตรี	13	5.9
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	30	13.6
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท	62	28.1
พนักงาน/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	21	9.5
รับราชการ/พนักงานราชการ	19	8.6
ธุรกิจส่วนตัว	79	35.7
ว่างงาน	10	4.5
รายได้เฉลี่ย		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	30	13.6
10,000 – 15,000 บาท	53	24.0
15,001 – 20,000 บาท	70	31.7
20,000 บาทขึ้นไป	68	30.8

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย-ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit(N=135)

ข้อความ	Mean	S.D.	การแปลผล
1. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถใช้ถอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการได้	4.25	.739	มาก
2. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถใช้ฝากเงินสดเข้าบัญชีของผู้ถือบัตรได้ที่เครื่องฝากเงินของธนาคารออมสิน	4.18	.836	มาก
3. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถใช้เบิกถอนเงินในต่างประเทศได้	3.31	1.248	ปานกลาง
4. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถใช้ชำระค่าบริการและซื้อสินค้าออนไลน์ได้	3.90	.946	มาก
5. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit เป็นการใช้จ่ายเงินในบัญชีที่ผูกกับบัตร มีการจำกัดวงเงินในการใช้จ่ายและบัตร VISA Credit	3.70	1.069	มาก
6. การใช้จ่ายเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ธนาคารมีการคิดอัตราดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนด	3.41	1.078	ปานกลาง
7. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถเบิกถอนเงินได้สูงสุด 200,000 บาทต่อวัน	3.35	1.134	ปานกลาง
8. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถใช้โอนเงินภายในธนาคารได้สูงสุด 100,000 บาท/วัน	3.38	1.087	ปานกลาง
9. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถโอนเงินระหว่างธนาคารได้สูงสุด 100,000 บาท/วัน	3.30	1.107	ปานกลาง
10. ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit ใช้เติมเงินโทรศัพท์มือถือได้	3.71	1.111	มาก
11.ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit ใช้โอนเงินระบบ Prompt Pay ได้	3.71	1.147	มาก
12.ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถใช้ชำระเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตได้	2.68	1.252	ปานกลาง
13.ท่านทราบว่าบัตร VISA Debit สามารถซื้อสลากออมสินพิเศษผ่านเครื่อง ATM ออมสินได้	2.76	1.266	ปานกลาง
รวม	3.49	.709	มาก

ตารางที่ 3 ความถี่การใช้งานบัตร VISA Debit (N=135)

ข้อความ	Mean	S.D.	การแปลผล
1. ท่านใช้บัตร VISA Debit ผ่านเครื่อง ATM ในการฝาก – ถอนเงิน	3.80	.857	มาก
2. ท่านใช้บัตร VISA Debit ผ่าน ATM เพื่อโอนเงินภายในธนาคาร	3.65	.902	มาก
3. ท่านใช้บัตร VISA Debit ผ่าน ATM เพื่อโอนเงินระหว่างธนาคาร	3.48	.944	ปานกลาง
4. ท่านใช้บัตร VISA Debit ในการรูดซื้อสินค้าและบริการ	2.57	1.257	ปานกลาง
5. ท่านใช้บัตร VISA Debit ในการเบิกถอนเงินในต่างประเทศ	1.91	1.174	น้อย
6. ท่านใช้บัตร VISA Debit ผ่านเครื่อง ATM ในการโอนเงินผ่านระบบ Prompt Pay	3.01	1.375	ปานกลาง
รวม	3.06	.770	ปานกลาง

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นในการใช้บริการบัตร VISA Debit (N=135)

ข้อความ	Mean	S.D.	การแปลผล
1. ผู้สมัครบัตร GSB GEN CARD ที่อายุ 15-60 ปี ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า 250 บาท ตั้งแต่วันที่ ถึง -31 ธันวาคม 2562	3.91	.961	มาก
2. สิทธิประโยชน์ของบัตรเดบิตธนาคารออมสินเพียงพอหรือไม่	3.60	.946	มาก
3. ลูกค้าน่าเห็นด้วยกับการจัดโปรโมชันบัตรเดบิต	3.80	.903	มาก
4. พนักงานให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องบัตร VISA Debit เป็นอย่างดี	3.83	.852	มาก
5. พนักงานมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการที่มีการคิดค่าธรรมเนียมใช้บัตร VISA Debit	3.84	.842	มาก
6. พนักงานมีการให้คำแนะนำลูกค้าถึงข้อดี/ข้อเสียในการใช้บริการบัตร VISA Debit	3.80	.841	มาก
รวม	3.79	.692	มาก

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจในอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตร VISA Debit (N=221)

ข้อความ	Mean	S.D.	การแปลผล
1. ฝากเงินต่างสาขาโดยเครื่องฝากอัตโนมัติ เรียกเก็บครั้งละ 20 บาท โดยหักจากยอดเงินฝาก	2.63	.932	ปานกลาง
2. ถอนเงินที่เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารออมสินในต่างจังหวัด ครั้งละ 15 บาท	2.59	.967	ปานกลาง
3. การโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร ผ่านบัตร VISA Debit ไม่เกิน 10,000 บาท ครั้งละ 25 บาท ถ้ามมากกว่า 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 50,000 บาท ครั้งละ 35 บาท	2.76	.908	ปานกลาง

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจในอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตร VISA Debit (N=221) (ต่อ)

ข้อความ	Mean	S.D.	การแปลผล
4. การฝากถอนต่างสาขาที่ต่างจังหวัดกันอัตราหมื่นละ 10บาท ต่อครั้ง เศษของพันนับเป็นหนึ่งพัน อัตรา 10 บาท แต่ไม่เกิน 1,000บาท	2.74	.872	ปานกลาง
5. โอนเงินในบัตรเดียวกันที่เครื่องถอนเงินของธนาคารออมสิน ต่างจังหวัด ครั้งแรกของเดือนยกเว้นให้ครั้งต่อไปครั้งละ 15 บาท	2.77	.885	ปานกลาง
6. การใช้บัตร VISA Debit ที่เครื่องถอนเงินธนาคารอื่นๆ ในการถามยอดถอนเงิน โอนเงินภายในบัตร ภายในเดือนเดียวกัน ตั้งแต่ครั้งที่ 5 จะคิดครั้งละ 10 บาท ทั้งนี้การทำรายการถามยอดก่อนแล้วจึงถอนเงินหรือโอนเงินถือเป็นการทำรายการ 2 ครั้ง	2.66	.916	ปานกลาง
7.การทำรายการถอนเงินสดที่เครื่องถอนเงินอัตโนมัติในต่างประเทศ มีค่าธรรมเนียม ครั้งละ 100 บาท ค่าธรรมเนียมการถามยอด ครั้งละ 15 บาท	2.72	.889	ปานกลาง
รวม	2.69	.814	ปานกลาง

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพนักงาน และกระบวนการ (N=221)

ข้อความ	Mean	S.D.	การแปลผล
1. การแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.29	.704	มาก
2. มีอัธยาศัยดี มีความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน	4.24	.730	มาก
3. การให้บริการทั่วถึง มีความถูกต้องและรวดเร็ว	4.15	.764	มาก
4. มีการแนะนำลูกค้าถึงสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าพึงจะได้รับจากการใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารอย่างครบถ้วน	4.08	.860	มาก
5. มีการคัดกรองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว	4.04	.818	มาก
6. มีการจัดคิวลูกค้าในส่วนให้บริการอย่างชัดเจน	4.00	.831	มาก
7. การเปิดใช้บัตรมีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อนจนเกินไป	3.94	.853	มาก
8. จำนวนช่องทางที่เปิดให้บริการ 50% ของเคาน์เตอร์ทั้งหมด มีความเพียงพอต่อการให้บริการ	3.76	.896	มาก
รวม	4.06	.643	มาก

ตารางที่ 7 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะประชากรกับปัจจัย

ตัวแปร	ตัวแปรตาม	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
อายุ	ความถี่ในการใช้งานบัตร VISA Debit	0.223	.013	ต่ำ
การศึกษา	การรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit	0.388	.008	ปานกลาง
การศึกษา	ด้านพนักงานและการจัดบริการ	0.388	.022	ปานกลาง
รายได้	การรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit	0.311	.003	ปานกลาง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์ระดับต่ำกับความถี่ในการใช้งานบัตร VISA Debit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.223$, $p\text{-value} < 0.013$) ด้านระดับการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.388$, $p\text{-value} < 0.008$) และมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับด้านพนักงานและการจัดบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.388$, $p\text{-value} < 0.022$) และด้านรายได้มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการรับรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.311$, $p\text{-value} < 0.003$)

การวิเคราะห์ปัจจัยรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการรับรู้บัตร VISA Debit สามารถถอนเงินต่างประเทศได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.453$, $p\text{-value} < 0.001$) มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการรับรู้การใช้บัตร VISA Debit รูดสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.331$, $p\text{-value} 0.001$) รายได้มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการใช้บัตร VISA Debit ที่เครื่องถอนเงินธนาคารอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.285$, $p\text{-value} 0.033$)

แนวทางเลือกในการแก้ไขปัญหาและข้อดี-ข้อเสีย

แนวทางเลือกการแก้ไขปัญหา	ข้อดี	ข้อเสีย
1. การประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นช่องทางการรับรู้มากที่สุด เช่น Line การจัดทำ Free Stickers เน้นลูกค้าผู้ชาย	ค่าใช้จ่ายในการผลิตน้อย ผู้ที่รับ Stickers line ที่เป็นสมาชิกจะได้ข่าวสารต่างๆ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกวัย	เป็นการส่งข่าวสารทางเดียว ลูกค้าที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตเข้าถึงไม่ได้
2. สักรวกร้านค้ามิให้บริการเครื่องรูดบัตรของธนาคารออมสินเพื่อให้มีช่องทางการเข้าถึงบริการมากขึ้น	มีร้านค้าเข้าร่วมและขยายให้มีการรับบริการชำระด้วยบัตร VISA Debit , VISA Credit ของธนาคารออมสินมากขึ้น	ร้านค้ารายย่อยจะไม่เข้าร่วม เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าธรรมเนียมรายปี
3. สำหรับนักธุรกิจ หรือกลุ่มอาชีพที่มีรายได้สูง ควรให้มีการใช้ Application MYMO เพื่อความสะดวกในการโอนเงินระหว่างธนาคาร	การใช้บริการ Application MYMO สะดวก และรวดเร็ว	ลูกค้าต้องมีอินเทอร์เน็ต

แนวทางเลือกการแก้ไขปัญหา	ข้อดี	ข้อเสีย
4. การศึกษาการตลาดในการสร้างผลิตภัณฑ์สิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดค่าเพิ่มยอดบัตรเครดิตจัดทำบัตร VISA Debit	ได้มีข้อมูลในการปรับปรุงด้านสิทธิประโยชน์ตามความต้องการของลูกค้าบัตรเครดิต VISADebit	ความต้องการสวัสดิการของลูกค้ามีมาก
5. ปรับปรุงสิทธิประโยชน์ที่ธนาคารสามารถให้สิทธิประโยชน์เพื่อเป็นทางเลือกให้กลุ่มลูกค้า	ปรับปรุงสิทธิประโยชน์ให้สอดคล้องกับผลการสำรวจศึกษาจะทำให้การตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ทำได้ดีขึ้น	งบลงทุนค่าใช้จ่ายของธนาคารจะเพิ่มขึ้น
6. ศึกษากลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินที่ต้องใช้บริการบัตร VISA Debit ต่างจังหวัดหรือต่างธนาคาร และมีความถี่การใช้บ่อยๆ ควรให้ความรู้ให้เปิดบัตร VISA Debit ในเขตนั้น ๆ และให้ความรู้ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ	มีข้อมูลลูกค้าเพื่อส่งเสริมการเปิดใช้บัตรในเขตจังหวัดที่อยู่ประจำเป็นการลดค่าใช้จ่ายค่าธรรมเนียม	ลูกค้าที่ไม่อยู่ประจำอาจจะไม่มีความประสงค์จะเปิดบัตรใหม่
7. วิเคราะห์ผู้มารับบริการจัดทำแผนสำรองรับผู้เข้ามาบริการและกำหนดระยะเวลาการใช้บริการ	แต่ละสาขาควรประเมินระยะเวลาการให้บริการและมีแผนสำรองการช่วยเหลือในการนั่งทำหน้าที่เคาน์เตอร์ กรณีลูกค้าจำนวนมาก	จำนวนพนักงานหน้าเคาน์เตอร์มีจำนวนจำกัดในสาขาขนาดเล็ก ทำให้มีความล่าช้าการให้บริการ
8. ศึกษากระบวนการเปิดบัตรที่สามารถลดขั้นตอน เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว	ขั้นตอนการเปิดบัตรที่สะดวกรวดเร็ว ไม่ซับซ้อนจะทำให้การเปิดบัตรได้เป้าหมายเพิ่มขึ้น	เอกสารบางอย่างต้องมีข้อกำหนดอาจจะเป็นอุปสรรคในการขอเปิดบัตรได้

5. การอภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัย ด้านการรับรู้ความเข้าใจในด้านการใช้บัตร VISA Debit มีระดับมาก แต่ประเด็นที่ต้องให้ความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติม คือ ชำระสงเคราะห์ชีวิตได้ และซื้อสลากออมสินพิเศษผ่าน ATM ออมสินได้ การใช้บัตร VISA Debit ในการถอนเงินสูงสุด 200,000 บาท/วัน โอนเงินได้สูงสุด 100,000 บาท/วัน และพบว่า รายได้ปานกลางมีความสัมพันธ์กับการใช้บัตร VISA Debit ในการฝากเงินสดเข้าบัญชีที่เครื่องฝากเงิน โดยเพศมีความสัมพันธ์กับการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งการใช้จ่ายเงินผูกกับบัตรที่จำจัดวงเงินในการใช้จ่ายและบัตร VISA Credit

ด้านความคิดเห็นในการใช้บริการบัตร VISA Debit พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในภาพรวมระดับมาก ซึ่งไม่มีปัญหา พบว่า ด้านสิทธิประโยชน์ของบัตร VISA Debit ของธนาคารออมสินมีความสัมพันธ์กับรายได้ของลูกค้า กล่าวโดยสรุป ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 15,000 ขึ้นไป มีความพอใจในสิทธิประโยชน์ของบัตร VISA Debit ของธนาคารออมสิน และพนักงานได้ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัตร

Visa Debit ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ นายสมคิด ยาเคน และ พรรณเพ็ญ หอมบุญมา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า ด้านบุคลลากรมีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่อง พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนองตอบตรงความต้องการมากที่สุด ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการบัตร Visa Debit ของธนาคารออมสิน

กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงและรายได้สูง มีความพึงพอใจการใช้บริการโอนเงินในบัตร VISA Debit ที่ เครื่อง ATM ธนาคารออมสินต่างจังหวัดมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมให้เดือนละครั้ง และการใช้บัตร VISA Debit ที่ เครื่องถอนเงินธนาคารอื่นๆ เพื่อถามยอด ถอนเงิน โอนเงินภายในบัตร ภายในเดือนเดียวกันจะมีการคิดค่าธรรมเนียม ตั้งแต่ครั้งที่ 5 จะคิดครั้งละ 10 บาท มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ นางสาวชานันท์ พันธุ์สมจิตร์ (2559) ได้ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรม ทั่วไปในการใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพในเขตเมืองและปริมณฑล พบว่า ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม ส่งผลให้มีปริมาณการเปิดใช้งานบัตรเดบิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี

โดยคำแนะนำจากผู้บริหารระดับสูงของธนาคารออมสินให้คำแนะนำถึงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการจัดหาของสมนาคุณเพื่อกระตุ้นยอดจำหน่ายบัตร VISA Debit รวมไปถึงการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร VISA Debit การแก้ไขปัญหาผู้ฝาก – ถอนอัตโนมัติที่มีสภาพเก่าและขัดข้องบ่อยเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามวิสัยทัศน์ของธนาคารออมสินที่กล่าวว่า เป็นผู้ผู้นำในการส่งเสริมการออมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน เสริมสร้างความสุขและอนาคตที่มั่นคงของประชาชน

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปรายงานผลการดำเนินของธนาคารออมสิน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผลการดำเนินงานการเปิดใช้ บัตร VISA Debit ของธนาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 1 ไม่ถึงร้อยละ 80.00 ของเป้าหมาย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2558-2560

1. ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัญหาการไม่ใช้บัตร VISA
 - 1.1 มีลูกค้า 50% ใช้บริการ Application MyMo เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ่ายค่าธรรมเนียม
 - 1.2 การเสียค่าธรรมเนียมรายปีและการเสียค่าบริการในพื้นที่ต่างจังหวัด ของบัตร Visa Debit
2. หาแนวทางเพิ่มยอดเปิดใช้บริการของลูกค้าบัตร VISA DEBIT
 - 2.1 การประชาสัมพันธ์ถึงวิธีการใช้งานบัตร Visa Debit การโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ
 - 2.2 การปรับปรุงลดอัตราค่าธรรมเนียมบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเรียนรู้ การใช้งานช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น
 - 2.3 เพิ่มสิทธิประโยชน์จากบัตรของลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น บัตรดูภาพยนตร์ราคา พิเศษ/ บัตรสำหรับคนรักการท่องเที่ยว
 - 2.4 มีการจัดบุคลากรให้ความรู้ ความเข้าใจ ถึงวิธีการใช้บริการ ข้อดี – ข้อเสีย ระหว่างการใช้บัตร อิเล็กทรอนิกส์ และการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพื่อดึงลูกค้ากลุ่มลูกค้าเด็กรุ่นใหม่ที่อายุตั้งแต่ 15 ปีบริบูรณ์มาใช้บริการช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ประชาสัมพันธ์โฆษณา จัดทำสื่อ ไลน์ หรือสติ๊กเกอร์ไลน์ฟรี บอกถึงคุณสมบัติแต่ละประเภทของบัตร Visa Debit ธนาคารออมสิน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับลูกค้าที่มีความสนใจจะใช้บริการบัตร VISA Debit ของธนาคารออมสิน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจและสอบถามข้อมูลจากพนักงานเพิ่มเติมได้
2. มีการสำรวจกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบัตรและกำหนดสิทธิประโยชน์ของบัตรอิเล็กทรอนิกส์แต่ละชนิดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
3. สร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้งานบัตรอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า มุ่งเน้นการสร้างการเรียนรู้ของลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ
4. การเปิดบัตรยังมีขั้นตอนที่ซับซ้อนทำให้ใช้เวลานานในการทำรายการ ควรปรับปรุงลดขั้นตอนในการดำเนินงานของพนักงานเพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นในการปฏิบัติงาน
5. จัดให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนในแต่ละท้องถิ่นถึงวิธีการใช้งาน คุณสมบัติ ให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ฝาก-ถอน และการโอนเงินในเบื้องต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารoundต่อไป

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตร และ ความพึงพอใจต่อการใช้บัตร
2. ควรทำการศึกษารณาการพาณิชย์อื่นๆควบคู่กันไป เนื่องจากธนาคารพาณิชย์จะมีโปร โมชั่นและการ ประชาสัมพันธ์ที่ค่อนข้างทันสมัย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.นงนภัศ แก้วพลอย อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้จัดการธนาคารออมสิน สุราษฎร์ธานีเขต 1 ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล เป็นอย่างดีซึ่ง ได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีในการวิเคราะห์ข้อมูลจาก นางพวงทรัพย์ บางผึ้ง ผู้จัดการ ธนาคารออมสิน สาขาละไม อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และขอขอบพระคุณผู้ให้คำแนะนำในการทำ Problem Based Solving นางอรสา เหล่าเจริญสุข จิงไคร้ขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วยเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์ Diamond in Business World.

กรุงเทพมหานคร. 2545.

นางสาวชนานันท์ พันธุ์สมจิตร์. 2559. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ใน การซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สมคิด ขาเคน และ พรรณเพ็ญ หอมบุญมา. 2559. ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของ
ประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง, คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยพะเยา