

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้าบัตรเอทีเอ็มของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการขยายฐานลูกค้าบัตรเอทีเอ็ม ในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ตลอดจนศึกษาถึงเหตุผลและปัญหาของการใช้บัตรเอทีเอ็ม และเพื่อค้นหาศักยภาพขององค์กรในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล มีประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 378 ราย ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้บริโภครีบตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว ถือครองบัตรประจำตัวประชาชนมากที่สุด ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและมัธยมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท และต่ำกว่า 5,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการบัตรเอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่าในด้านรูปแบบและกระบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก คือ รูปแบบบัตรสวยงามและสามารถติดรูปเจ้าของได้ ลูกค้าสามารถกำหนดรหัสส่วนตัว (password) และรรับบัตรได้ทันที สามารถใช้บริการผ่านระบบ ATM Pool ได้ตลอด 24 ชั่วโมง กำหนดวงเงินบัตรผ่านระบบอัตโนมัติ โทร. 1333 ไม่ต้องรอคิวปะปนกับการใช้บริการด้านอื่น และอัตราค่าธรรมเนียมบัตรมีความเหมาะสม ด้านพนักงานมีอิทธิพลในระดับมาก คือ มีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ ให้คำแนะนำประโยชน์ของการใช้บริการ สามารถแก้ไขปัญหาจากการใช้บริการ และพูดจาไพเราะ แต่งกายสุภาพเรียบร้อยเป็นกันเอง ด้านสถานที่/ความปลอดภัย มีอิทธิพลในระดับมาก คือ มีสถานที่จอดรถสะดวก บริเวณตู้เอทีเอ็มมีแสงสว่างเพียงพอ บริเวณตู้เอทีเอ็มสะอาดน่าใช้บริการ และมีวงจรถับบัตรเอทีเอ็ม ด้านการตลาด/การประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลในระดับมาก คือ มีตู้เอทีเอ็มเพียงพอต่อความต้องการและ

มีโปรโมชันแจกของสมนาคุณ มีอิทธิพลในระดับปานกลางในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเอทีเอ็มของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือครองบัตรเอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาเป็น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารออมสิน และธนาคารทหารไทย ตามลำดับ และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็ม ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารออมสิน และธนาคารทหารไทย ตามลำดับ นอกจากนี้ในการถือครองบัตรเอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพ ส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเดบิต Be 1st รองลงมาเป็นบัตรบัวหลวงพรีเมียร์ บัตรเดบิต Be 1st EGV และบัตรบัวหลวงเอทีเอ็ม ตามลำดับ ด้านของสมนาคุณ พบว่าลูกค้าบัตรเอทีเอ็มส่วนใหญ่ชอบ นานาพิภพมากที่สุด รองลงมาคือกระเป๋าเดินทาง ร่ม และเสื้อยืด ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ก็ต้องการให้ธนาคารกรุงเทพจัด โปรโมชันของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าตลอดเวลา พฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเอทีเอ็มเฉลี่ยต่อเดือนจะมากกว่า 5 ครั้ง โดยเป็นการถอนเงินสด จากตู้เอทีเอ็มมากที่สุด รองลงมาใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ โอนเงิน และตรวจสอบยอดบัญชี เงินฝาก

ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการบัตรเอทีเอ็มของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่าส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยพบว่าอัตราค่าธรรมเนียมบัตรมี มาตรฐาน และบัตรมีความคงทนไม่เสื่อมง่าย ลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องพนักงานที่มีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ดี ด้านการตลาด/ ประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องการจัดของสมนาคุณได้เหมาะสม มีการ โฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์, นิตยสาร และมีโปรโมชันพิเศษจากสลิปที่ใช้บริการผ่านตู้ ด้านความ สะดวกมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องมีจำนวนตู้เอทีเอ็มเพียงพอ ขั้นตอนการใช้บริการง่าย ใช้บริการผ่านเครื่องฝากเงินอัตโนมัติได้ และมีสถานที่จอดรถสะดวก ด้านความปลอดภัยมีความ พึงพอใจในระดับมากในเรื่องมีวงจรมีวีซ่าปิดบริเวณตู้เอทีเอ็ม และมีแสงสว่างเพียงพอบริเวณตู้เอทีเอ็ม ส่วนการให้คำแนะนำเพื่อเป็นการป้องกันการแอบจ้ำงรหัส มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับการให้บริการด้านอื่น ๆ ของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการและชื่อเสียงของธนาคาร และสามารถกำหนด รหัสและรบบัตรเอทีเอ็มได้ทันที มีความพึงพอใจในระดับมากคือ สถานที่สะอาดและ สะดวกสบาย

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บัตรเอทีเอ็มของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาในแต่ละอย่างแตกต่างกัน ดังนี้

ปัญหาสำคัญในลำดับที่ 1 สามารถจัดลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ

1. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูงเกินไป
2. มีข้อจำกัดเรื่องบัตรแสดงตน
3. การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยากและใช้เวลาในการออกบัตรนาน
4. มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการใช้บริการถอนเงินหรือโอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม
5. จำนวนเครื่องเอทีเอ็มมีไม่เพียงพอและขัดข้องบ่อย
6. ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
7. การบริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเอทีเอ็ม
8. การใช้บริการผ่านบริการอัตโนมัติ โทร. 1333 มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก
9. ไม่สามารถเลือกของสมนาคุณได้
10. ความไม่เข้าใจขั้นตอนการให้บริการของลูกค้า
11. บัตรเอทีเอ็มเสื่อมและชำรุดง่าย

ปัญหาสำคัญในลำดับที่ 2 สามารถจัดลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ

1. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูงเกินไป
2. การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยากและใช้เวลาในการออกบัตรนาน
3. มีข้อจำกัดเรื่องบัตรแสดงตน
4. จำนวนเครื่องเอทีเอ็มมีไม่เพียงพอและขัดข้องบ่อย
5. มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการใช้บริการถอนเงินหรือโอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม
6. ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
7. การบริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเอทีเอ็ม
8. ไม่สามารถเลือกของสมนาคุณได้
9. ความไม่เข้าใจขั้นตอนการให้บริการของลูกค้า
10. การใช้บริการผ่านบริการอัตโนมัติ โทร. 1333 มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก
11. บัตรเอทีเอ็มเสื่อมและชำรุดง่าย

ปัญหาสำคัญในลำดับที่ 3 สามารถจัดลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ

1. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูงเกินไป
2. การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยากและใช้เวลาในการออกบัตรนาน
3. มีข้อจำกัดเรื่องบัตรแสดงตน
4. จำนวนเครื่องเอทีเอ็มมีไม่เพียงพอและจัดช่องน้อย
5. การบริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเอทีเอ็ม
6. ไม่สามารถเลือกของสมนาคุณได้
7. มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการใช้บริการถอนเงินหรือโอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม
8. ความไม่เข้าใจขั้นตอนการให้บริการของลูกค้า
9. บัตรเอทีเอ็มเสื่อมและชำรุดง่าย
10. ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
11. การใช้บริการผ่านบริการอัตโนมัติ โทร. 1333 มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาที่ได้รับ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการบัตรเอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในระดับมาก นอกจากนี้แล้วปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็ม ด้านการตลาด/ประชาสัมพันธ์ ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย ต่างก็มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมากทั้งหมด ดังนั้นการที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จะทำการขยายฐานลูกค้าบัตรเอทีเอ็มในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะสามารถทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่หันมาใช้บริการบัตรเอทีเอ็มของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้น นอกจากนี้เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น โดยเฉพาะกลยุทธ์ “ไฮบริด มาร์เก็ตติ้ง” ที่เป็นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการกระจายข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น โดยผสมผสานกันของสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด (วัชรานนท์ ทองเทพ, 2548) ที่เห็นได้เด่นชัดคือการจัดทำบัตรเดบิตหรือบัตรเงินสดในบัตรเดียวกันกับบัตรเอทีเอ็ม ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกที่จะซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพราะสามารถใช้บัตรซื้อของได้โดยไม่ต้องถือเงินสด ดังนั้นธนาคารควรยกเลิกบัตรเอทีเอ็มธรรมดาแล้วประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเดบิตกันมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์อันสูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ นอกจากนี้แล้วธนาคารควรที่จะร่วมมือกับร้านค้าต่าง ๆ ให้มากขึ้นในการให้บริการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิต และไม่ควรเก็บค่าบริการเพิ่มหลังจากใช้จ่าย

เงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งจะทำให้ลูกค้าของธนาคารหันมาใช้บัตรเครดิตเพิ่มขึ้นและต่างฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยธนาคารจะได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดและมีลูกค้าบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นเจ้าของร้านค้าและบริการได้รับประโยชน์คือ ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้นมีผลให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการบัตรเครดิตที่เอี่ยมมากขึ้นด้วย

อีกกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญมาก คือกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กร (CRM) โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งในการทำบัตรเครดิตเอี่ยมแต่ละครั้งทางธนาคารได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าเอาไว้หากนำข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มาใช้เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กร เช่น การส่งข้อมูลข่าวสารของธนาคารให้ลูกค้าทราบผ่านโทรศัพท์มือถือโดยการส่งข้อความถึงลูกค้าของธนาคารโดยตรงในช่วงที่มีโปรโมชั่นหรือเทศกาลสำคัญ ๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีกับธนาคาร นับว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้จริง ๆ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ปัจจุบันสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการบัตรเครดิตเอี่ยม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มีความสนใจและมีความประทับใจในบริการของตนเอง ดังนั้นธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่สาย จำเป็นที่จะต้องรีบปรับกลยุทธ์เชิงรุกในการบริหารงานเพื่อสนองตอบความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. เนื่องจากในเขตอำเภอแม่สาย มีการทำธุรกรรมการค้าขายผ่านชายแดนค่อนข้างมาก ดังนั้นทางธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สาย ควรจะมีมาตรการผ่อนคลายนโยบายสำหรับลูกค้าชาวพม่า ที่มาทำการค้าขายชายแดนในเขตอำเภอแม่สาย อีกทั้งติดตามดูแลพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเอี่ยม ของลูกค้ากลุ่มนี้อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง พร้อมทั้งวางแผนการแก้ไขปัญหอย่างเร่งด่วน
3. จากการศึกษาพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตเอี่ยมกลุ่มนี้ ให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยค่อนข้างมาก ดังนั้นธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สาย หากจะทำการเพิ่มผู้ถือเอี่ยมใหม่ ควรจะหาสถานที่ ที่มีความปลอดภัย นอกจากนี้แล้วควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการใช้บริการผ่านเครื่องบริการทางการเงินสมัยใหม่โดยมีการจัดพนักงานให้คำแนะนำวิธีการใช้และการ

แก้ไขปัญหานี้เบื้องต้นแก่ลูกค้าของธนาคารอีกด้วย นอกจากนี้ควรมีระบบการป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับรหัสผ่าน (Password) เช่น อาจจะเปลี่ยนจากการกรอกรหัสผ่าน เป็นสแกนนิ้วมือ เป็นต้น

4. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สาย ควรจัดพนักงานเพื่อให้คำแนะนำหรือออกเยี่ยมเยียนลูกค้าทั้งลูกค้ารายเก่าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรายใหม่ เพื่อชักชวนให้มาใช้บริการใหม่ ๆ ของธนาคารเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับธนาคารให้มากขึ้น นอกจากนี้ในการจัดของสมนาคุณให้กับลูกค้าทางธนาคารควรคำนึงถึงประโยชน์และความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุดอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เนื่องจากอำเภอแม่สายมีการทำธุรกรรมการค้าขายชายแดนค่อนข้างมาก ประกอบกับมีกลุ่มประชากรที่หลากหลาย เช่น กลุ่มที่ถือบัตรประจำตัวประชาชน กลุ่มที่ถือใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าว กลุ่มที่ถือบัตรประจำตัวผู้หลบหนีเข้าเมืองจากพม่า และกลุ่มที่ถือบัตรประจำตัวบุคคลพื้นที่สูง เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปควรจะทำการศึกษาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
2. ศึกษาถึงผลกระทบของลูกค้าและธนาคารพาณิชย์ จากการมีข้อจำกัดในเรื่องของบัตรแสดงตนในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตชายแดนอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
3. ปัญหาและอุปสรรคจากการใช้บริการผ่านเครื่องบริการทางการเงินสมัยใหม่ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย