

แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่ง ในจังหวัดขอนแก่น

The Guidelines for Increasing of Credit Card Users of a Bank in Khon Kaen Province

ประดิษฐ์ เหล่าดี (Pradit Laodee)* ดร.ธีระ ฤทธิรอด (Dr.Theera Rittirod)^{1**}

บทคัดย่อ

ธนาคารพาณิชย์เป็นตลาดธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง เช่น บัตรเครดิต จึงทำให้จำนวนผู้ใช้บัตรลดลง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่ง ในจังหวัดขอนแก่น 2) วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่จำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่ง ในจังหวัดขอนแก่น ที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และ 3) เสนอแนวทางการเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิตรายใหม่ให้ครบ 198 บัตร ภายในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร 200 คน และกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มีบัตรเครดิตของธนาคาร 200 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าเก่าที่มีบัตรแล้วต้องการให้พนักงานออกเยี่ยมสม่ำเสมอ ควรมีของแถมและมีบริการหลังการขาย ธนาคารควรมีวงเงินในบัตรที่สูงกว่าเดิมเพื่อจูงใจในการทำบัตร และควรมีอนุมัติบัตรอย่างรวดเร็ว ส่วนในกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยมีบัตรเครดิตธนาคาร ต้องการฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพ ควรมีของชำร่วยจูงใจมากกว่านี้ ควรลดเอกสารประกอบ ไม่ให้ยุ่งยาก ควรออกเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ควรให้ความสะดวกในการให้บริการ และผู้ใช้บัตร จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิตต้องออกเยี่ยมเยียนลูกค้าเป็นประจำ ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้บริการบัตรเครดิต จึงได้เสนอโครงการเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิต จำนวน 4 โครงการดังนี้ 1) โครงการประชาสัมพันธ์เชิงรุก 2) โครงการฝึกอบรมพนักงาน 3) โครงการลูกค้าสัมพันธ์ 4) โครงการระบบพี่เลี้ยง ซึ่งใช้งบประมาณรวม 100,000 บาท ซึ่งเชื่อมั่นว่าภายหลังการดำเนินงานของโครงการดังกล่าว จะสามารถเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิตได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ภายในปี 2557

ABSTRACT

Commercial banks are a highly competitive market, such as credit cards, so the number of users declined. The purpose of this research were to 1) Study the factors that influence to the decision of consumers to use credit cards of a Bank in Khon Kaen Province 2) Analyze the cause of the problems that the number of the credit card users of a bank in Khon Kaen Province did not meet the target and 3) Propose the guidelines to increase the new credit card

¹ Corresponding author: theerarit@gmail.com

* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ คณะเภสัชศาสตร์, อาจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

users to complete to 198 cards by the year 2014. The samples had used in the study were the customers who use credit cards 200 people and the customers who do not have credit cards 200 people. The study found that the regular customers who have credit cards, want bank employees to visit regularly, should have free gifts and have after-sales service. The bank should have higher limit on the cards than the original to allure making credit cards and should be authorized quickly. In the group of customers who do not have credit cards, need free of fees for lifetime, should have more incentive gifts, should reduce supporting documents to avoid the difficulty, should visit the customers regularly and should offer the convenient ways of service to the credit card users. From this study found that increasing the credit card users have to visit customers on a regular basis, providing the knowledge is beneficial to use credit cards. Therefore, the researcher has proposed 4 projects to increase the customers as the following: 1) Proactive Public Relations Project 2) Staff training Project 3) Customer Service Project 4) Mentoring system Project which total budget is 100,000 Baht, which made me confidence that after the implementation of the projects they will increase the number of credit card users meet the target within the year 2014.

คำสำคัญ : การเพิ่มบัตรเครดิต บริการหลังการขาย ฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพ

Key Words : Increasing the credit cards, After-sales service, Free of fees for lifetime

บทนำ

การใช้บัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากความสะดวกสบายในการพกพา มีบัตรหลายประเภทให้เลือกตามวัตถุประสงค์ และมีช่องทางการใช้ที่หลากหลายทำให้ปัจจุบันมีการส่งเสริมการใช้บัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบัตรเครดิตมีปริมาณการใช้เพื่อชำระสินค้าและบริการมากที่สุด ทั้งนี้ในปี 2555 ปริมาณการใช้บัตรเครดิตมีอัตราเติบโตร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับปีก่อน มีปริมาณการใช้ 343 ล้านรายการ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของปริมาณการใช้บัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อชำระสินค้าและบริการ จากพิจารณาถึงช่องทางการใช้บัตรเครดิตจะพบว่า การใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่ทำผ่านช่องทางเครื่องรับบัตร (Electronic Data Capture: EDC) ที่ร้านค้า มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 95 ของปริมาณธุรกรรมทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นการใช้บัตรเครดิตผ่าน

ช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือช่องทางอื่น เช่น เงินสด เงิน หรือซื้อสินค้าผ่อนชำระแบบอัตโนมัติ เป็นต้น หากวิเคราะห์เจาะลึกถึงลักษณะและช่องทางการใช้บัตรเครดิตก็จะเห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่น่าสนใจโดยพบว่าปริมาณธุรกรรมบัตรเครดิตผ่านเครื่อง EDC ประมาณ 290.5 ล้านรายการหรือประมาณร้อยละ 89 มาจากบัตรเครดิตที่ออกและใช้ในประเทศไทยขณะที่ปริมาณบัตรเครดิตต่างประเทศที่มาใช้ในประเทศไทยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 8 หรือประมาณ 25.4 ล้านรายการส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 3 หรือประมาณ 8.8 ล้านรายการเป็นปริมาณธุรกรรมบัตรเครดิตของไทยที่ไปใช้ในประเทศ อย่างไรก็ดีหากมองในมุมของการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตจะเห็นภาพของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต่างไปเนื่องจากสัดส่วนการทำธุรกรรมที่สูงที่สุดเกิดจากการใช้บัตรเครดิตไทยซื้อสินค้าและบริการจากต่างประเทศอยู่ที่ระดับ

ร้อยละ 54 ขณะที่การใช้บัตรเครดิตไทยเพื่อซื้อสินค้าและบริการในไทยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 33 เท่านั้น ปัจจุบันเนื่องจากธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ได้มีนโยบายที่จะเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิต ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งของธนาคารที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง เพื่อเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าข้าราชการ เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัท กลุ่มลูกค้าเงินฝาก ลูกค้ากองทุน สินเชื่อลูกค้าประกันชีวิต ของธนาคารเป็นหลัก โดยมุ่งเน้นแนวทางการพัฒนาการเพิ่มยอดขายของบัตรเครดิตให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร และจะเป็นบริการที่ธนาคารสามารถให้บริการหรือต่อยอดกับกลุ่มลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้าประเภท บุคคลธรรมดา โดยธนาคารจะออกบัตรตามจำนวนบัตรที่ลูกค้าต้องการเพื่อใช้สำหรับชำระสินค้าบริการ เช่น ปั่นน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า ร้านทอง สถานศึกษา โรงพยาบาล โดยธนาคารจะสำรองจ่ายค่าสินค้า/บริการ แทนลูกค้าไปก่อน แล้วจึงรวบรวมรายการใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น เพื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้าภายหลัง และชำระเงินภายในระยะเวลาที่กำหนด [1]

ธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น เปิดให้บริการกว่า 38 ปี และรับนโยบายในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิต ซึ่งในช่วง 3 ปีย้อนหลังมีผลการดำเนินงานด้านบัตรเครดิต ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้บัตรเครดิต

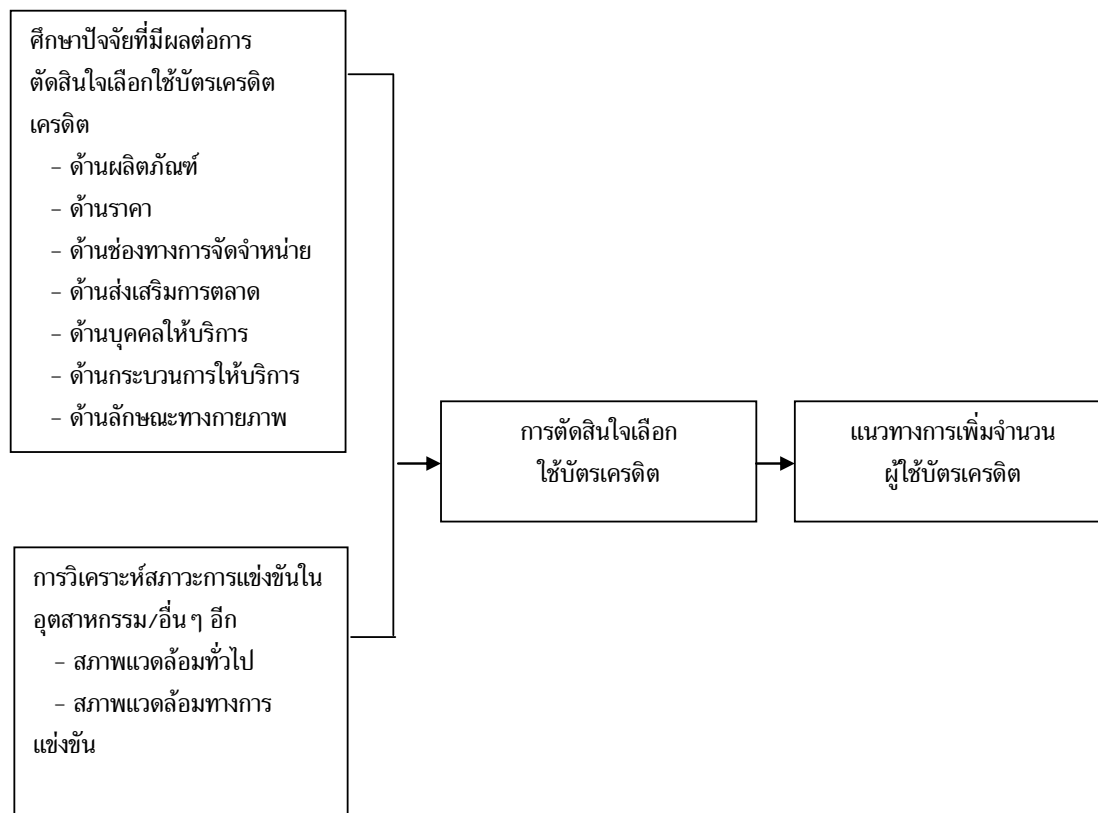
ปี	2554	2555	2556
เป้าหมาย	155	190	198
ผลงาน	290	245	111

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นได้ว่าผลงานบัตรเครดิตมีผลงานลดลงทุกปี จึงเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับธนาคารได้ทำการวิเคราะห์สาเหตุปัญหาดังกล่าว รวมทั้งเสนอแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่งใน จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่ยอดขายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
3. เพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ให้ได้จำนวน 198 บัตรภายในปี 2557

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ในประเด็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น และเสนอแนวทางแก้ปัญหาที่พบ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมจากสิ่งตีพิมพ์ เอกสาร รายงานประจำปี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหลักการที่ว่า การเพิ่มยอดขายผู้ใช้นั้น อาศัยลูกค้าเก่าใช้บริการซ้ำๆ และลูกค้าใหม่สนใจเข้าใช้บริการ ในการศึกษาดังนี้ จึงมุ่งศึกษาประชากรในเขตอำเภอชุมแพ เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีบัตร และกลุ่มลูกค้าเก่าที่มีบัตรเครดิต ซึ่ง

ไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎี Cochran [2]

ได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละเท่า ๆ กัน

ประชากรที่ศึกษา

1. กลุ่มที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น โดยสุ่มแจกแบบสอบถามให้กับผู้ถือบัตรที่เข้ามาใช้บริการที่สาขานาครตามช่วงเวลาให้บริการของธนาคาร เข้า-บ่าย ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-31 มีนาคม 2557 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน

2. กลุ่มที่ยังไม่มีบัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่ง

ในจังหวัดขอนแก่น โดยสุ่มแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการร้านค้า หรือปฏิบัติงานตามสถานที่บริษัทต่าง ๆ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-31 มีนาคม 2557 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ (ก) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ข) ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น และ (ค) ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

การประมวล วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยวิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำเสนอจัดทำโครงการแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิต

ผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

เนื่องจากการให้บริการของธนาคารมีลักษณะเป็นการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) [3] ซึ่งได้แก่ (Product) ผลิตภัณฑ์ (Price) ราคา (Place) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Promotion) ด้านการตลาด (People) ด้านบุคคลให้บริการ (Process) ด้านกระบวนการ (Physical Evidence) ด้านลักษณะกายภาพ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มที่เคยใช้บัตรมีผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น จากแบบสอบถาม

โดยใช้คำถามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) สรุปได้ว่าผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุดคือ ด้านบุคคลให้บริการ รองลงมาคือด้าน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ หากพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับตัวบัตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ รองลงมาคือรูปแบบสีล้นสวยงาม ด้านราคาพบว่าให้ความสำคัญกับอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปี รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าให้ความสำคัญกับสาขาอยู่ในบริเวณชุมชน รองลงมาคือ มีสาขาให้บริการเป็นจำนวนมากด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าให้ความสำคัญกับสิทธิในการผ่อนชำระขั้นต่ำ 10% รองลงมาคือสิทธิในการสมัครบัตรเสริม ด้านบุคคลให้บริการให้ความสำคัญกับพนักงานธนาคารมีบุคลิกภาพที่ดี รองลงมาคือพนักงานอัยาศัยดี ด้านกระบวนการให้บริการพบว่าให้ความสำคัญกับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าให้ความสำคัญกับ ธนาคารมีความมั่นคงทางธุรกิจ รองลงมาคือธนาคารมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บัตรให้ความสำคัญกับ ด้านราคา คือฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพ รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาดมีของชำร่วยของสมนาคุณในการสมัครเข้าใช้บัตรเครดิต รองลงมาคือ กระบวนการให้บริการทันสมัยรวดเร็ว มีขั้นตอนการสมัครง่ายต่อการเข้าใจ รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ มีความมั่นคงทางธุรกิจ ธนาคารมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

2. ศึกษาสาเหตุของปัญหายอดขายบัตรเครดิตลดลง ธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

จากการวิเคราะห์โดยใช้แผนผังกังปลา มีผลการวิเคราะห์แสดงตามภาพที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

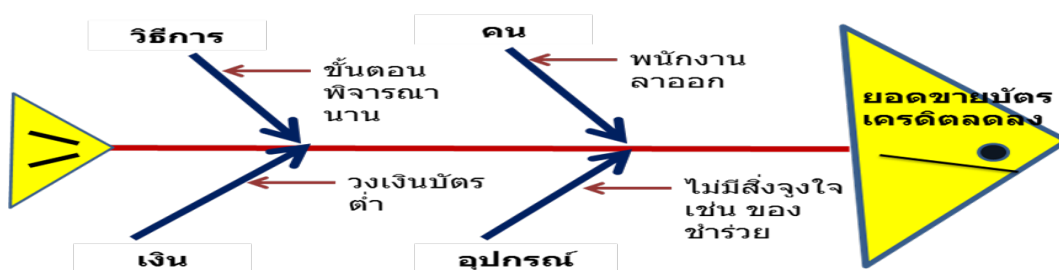
2.1 ปัจจัยด้านคน พบว่า พนักงานมีการลาออกอย่างต่อเนื่อง ทำให้บางช่วงขาดพนักงานที่จะทำหน้าที่ช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตร รวมทั้งแม้จะมีพนักงานใหม่เข้ามาเพิ่มเติมก็ยังไม่ทันต่อความต้องการด้านนี้ และยังไม่ชำนาญในผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต ซึ่งส่งผลถึงยอดขายบัตรเครดิตที่ลดลงเนื่องจากนโยบายธนาคาร ระดับสาขา กำหนดให้พนักงานหนึ่งคนต้องทำยอดบัตรให้ได้ตามที่วางไว้ต่อคน

2.2 ปัจจัยด้านวิธีการ พบว่า ผู้สมัครใช้บัตรเครดิตต้องเตรียมหลักฐานให้ครบถ้วน อีกทั้งขั้นตอนการพิจารณาและอนุมัติบัตรเครดิตมีระยะเวลาดังแต่พนักงานส่งเอกสารทั้งหมดของลูกค้าให้ทางสำนักงานใหญ่พิจารณาจนถึงอนุมัติมีระยะเวลาอย่าง 15 วัน นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตธนาคารแห่ง

หนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ยังเรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปี ขณะที่ธนาคารคู่แข่งอื่น ๆ ฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพ จึงเป็นเหตุทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารอื่นแทน

2.3 ปัจจัยด้านการเงิน พบว่า ธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น มีนโยบายเข้มงวดในการอนุมัติ รวมทั้งให้วงเงินต่ำกว่าที่ควรจะได้รับตามสถานะการเงินของลูกค้า

2.4 ปัจจัยด้านอุปกรณ์ พบว่า ธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ขาดนโยบายด้านการส่งเสริมการขาย รวมทั้งแรงจูงใจโดยเฉพาะเรื่อง ของรางวัลของแถม เพื่อเป็นแรงจูงใจในการสมัครใช้บัตรเครดิต ธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 2 แผนผังก้างปลาค้นหาสาเหตุของปัญหายอดขายบัตรเครดิตลดลง

3. การเสนอแนวทางจากปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคและการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาสามารถสรุปแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตเป็น 2 ส่วน

3.1 ระดับมหภาค หรือระดับนโยบายของสำนักงานใหญ่ธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น เช่น ฟรีค่าธรรมเนียม ของรางวัล วงเงินบัตร รวมไปถึงนโยบายการแจกของแถม มีการออกเดินตลาดออกเยี่ยมลูกค้ารายเก่าและใหม่อย่างสม่ำเสมอ ทุกเดือน ประชาสัมพันธ์ แนะนำบัตรเครดิตให้ทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิต

3.2 ระดับสาขา สามารถสรุปแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ได้ดังนี้ โครงการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ในด้านบัตรเครดิต ลูกค้าสัมพันธ์ ออกเยี่ยมร้านค้าที่ร่วมรายการ ติดตามลูกค้าเพื่อแจ้งโปรโมชั่น โครงการระบบพี่เลี้ยง จับคู่พนักงานด้วยกัน สอนกลยุทธ์ ค่านิยม วิสัยทัศน์ สนับสนุนและให้คำแนะนำอย่างฉลาดตามความเหมาะสม

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น จากแบบสอบถามโดยใช้คำถามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) พบว่า ผู้มีบัตรต้องการ 1) ของแถม 2) วงเงินในบัตรสูง 3) ผู้ไม่มีบัตรต้องการฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพ 4) ลดเอกสารประกอบการสมัคร ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีลูกค้าสัมพันธ์ [4] คือ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กรในการเพิ่มผู้ใช้บัตรเครดิต สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุปราณี (2546) [5] ซึ่งได้ศึกษาการวางแผนเพื่อเพิ่มยอดผู้ถือบัตรวงเงินพิเศษของธนาคารเอสบีไอธนากจำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี พบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้ถือบัตรวงเงินพิเศษไม่ได้ตามเป้าหมายเนื่องจากค่าธรรมเนียมสูง การเพิ่มยอดผู้ถือบัตรโดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มทักษะ และการเดินตลาด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุลักษณ์ (2544) [6] ซึ่งศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเงินสดธนาคารไทยสยาม จำกัด (มหาชน) พบว่าให้ความสำคัญกับการจัดอบรมพนักงานให้ความรู้เพิ่มเติมในเรื่องของการบริการ และการอบรมเทคนิคการขายมากที่สุด มีบางสาเหตุของยอดบัตรลดลง และทางสาขาไม่สามารถดำเนินการได้เนื่องจากเป็นนโยบายของสำนักงานใหญ่ แต่ได้ดำเนินการส่งข้อเสนอแนะไปทางสำนักงานใหญ่

เอกสารอ้างอิง

1. Bangkok Bank Public Company Limite. 2013, The history of the Bangkok Bank Public Company Limited. 2 January 2014, from <http://www.bangkokbank.com/bangkokbankthai/.../aboutus/.../default.aspx>
2. Cochran WG. 1977. Sampling Techniques. 3rd edition. New York: John Wiley & Sons.
3. Kotler P, Keller Kevin. Marketing Management, 13th Edition. New Jersey: Prentice-Hall, 2009.
4. Ed Peelen. 2005X, Customer Relationship Management. 1nd ed. English: Pearson Education Indochaina Ltd.
5. Supranee Phrom Thep. 2013. Strategic planning to increase the amount of the bank's cardholders SB Taylor Limited (Branch) Udon Than. Independent studies report an MBA. Graduate School of Management Khon Kaen University.
6. Buornok S. 2011, Marketing strategies to increase cardholder cash Siam Bank Thailand. Independent studies report an MBA. Graduate School of Management Khon Kaen University.