แนวทางการเพิ่มยอดบัตรเดบิต ธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
GUIDELINE FOR INCREASE DEBIT CARD OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK'S NONGRUE BRANCH, KHON KAEN PROVINCE

เนตรชนก ชินะกุล[1]
ประจักร บัวผัน[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเดบิตของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิต และเพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม และจัดทำกุลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix ในการการวิเคราะห์ การศึกษาพบว่า จากการศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บัตรเดบิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีบัตรเดบิต 1 ใบ มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต 1 – 5 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ส่วนมากใช้บัตรเดบิตเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายโดยไม่ต้องพกเงินสดจำนวน ใช้บัตรเดบิตในการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM และมักจะใช้บริการบัตรเดบิตที่เครื่อง ATM ของธนาคาร ใช้บริการบัตรเดบิต 501 – 1,000 บาท ต่อครั้ง ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจขอใช้บริการบัตรเดบิตส่วนมากคือตนเอง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอใช้บริการ พบว่าธนาคารควรให้ความสำคัญในประเด็นต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์เรื่องความมั่นคง และความน่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการ ต้องมีลักษณะการให้บริการที่ชัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย มีสาขาเปิดให้บริการทั่วประเทศ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสะอาด น่าใช้บริการ ด้านราคา ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่างๆ ด้านบุคลากร พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภาพ ธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยให้ลูกค้าโดยการให้ลูกค้าเป็นผู้กำหนดรหัสบัตรเดบิตเอง และด้านการส่งเสริมการตลาด มีสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ถือบัตร และเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดบัตรเดบิตธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ ได้จัดทำโครงการขึ้นมา 2 โครงการ คือ 1) โครงการฝึกอบรมพนักงาน 2) โครงการเชิงรุกบุกลูกค้า ซึ่งหากดำเนินการตามโครงการทั้งสองโครงการนี้ คาดว่าจะสามารถทำให้ยอดบัตรเดบิต เป็นไปตามเป้าหมายคือจำนวนเพิ่มสุทธิ 200 บัตร ต่อเดือน

คำสำคัญ : ธนาคารออมสิน บัตรเดบิต

Abstract

A study of an approach to increase debit balance of Government Savings Bank at Nong Rua branch, Khon Kaen province aimed to observe debit card usage behavior and influential factors toward debit card usage decision making and to specify an approach to increase debit balance of Government Savings Bank at Nong Rua branch, Khon Kaen province. This study was conducted by using personal information, consumer behavior, marketing mix theory, and SWOT analysis for performing analysis and generating the strategies by using TOWS Matrix. The results revealed that, for debit card usage behavior, most of respondents have their own debit card at least one card and have frequency of using debit card of 1-5 times/week. Majority of them use debit card because it is convenient and no need to carry cash due to it can be used to make a withdrawal from ATM machine. In addition, they usually use their card via ATM machine of Government Savings Bank and make a withdrawal of 501 – 1,000 baht/time. A primary person who participates in decision making is themselves. In aspect of marketing mix that effect on service-requested decision making, the result indicated that Bank should emphasis on following dimensions: (1) Product refers to security and creditability, (2) Process refers to transparent service provider, Distribution (3) refers to there are available branches throughout the country, (4) Physical evidence refers to the cleanliness and service friendly place, (5) Price refers to appropriate charge rate of any transaction, (6) Person refers to there is professional personnel about the products, (7) Productivity refers to the Bank must to maintain customers' security by allowing them to set their own card's secure password, and (8) Promotion refers to the Bank should provide privileges for debit card owner. To be an approach to increase debit balance, the Government Savings Bank at Nong Rua branch had established two projects as follow: (1) employee training project and (2) customer proactive project. If the Bank follows both of them, it is expected that the debit balance will achieve the purposely target, that is, net amount of debit cards increase to be 200 cards/month.

Keywords: Government Savings Bank / Debit card

---

[1] *นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 E-mail netchanokc@kkumail.com*

[2] *รองศาสตราจารย์ และที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000 bprach@kku.ac.th*

บทนำ

ธนาคารออมสินถือเป็นองค์กรหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์ยืนยาว และเป็นที่รู้จักกันดีในสังคมไทย ถือกำเนิดขึ้นโดย สมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชการที่ 6 พระองค์ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้จัดตั้งคลังออมสินขึ้น ในวันที่ 1 เมษายน 2456 เนื่องด้วยรัฐบาลได้มองเห็นถึงความสำคัญด้านการออม และความสำคัญด้านการพัฒนาประเทศ และในปัจจุบันธนาคารออมสินได้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านการดำเนินงาน ด้านภาพลักษณ์ ด้านการบริหาร ทั้งนี้เพื่อให้มีความทันสมัย ครบวงจร และตอบสนองความต้องการของประชาชนทุกช่วงวัย [1]

จากก้าวแรก ในปี พ.ศ. 2456 จนสู่ปีที่ 102 ธนาคารออมสินยังคงมุ่งดำเนินการตามพระราชปณิธานของรัชการที่ 6 อย่างมั่นคง ด้วยการสนับสนุนการออม และการสร้างแบบแผนทางการเงิน แต่ด้วยสภาพแวดล้อมที่เกิดการแปรเปลี่ยนทำให้ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อสภาวะแวดล้อม เพราะสังคมโลกมีการปรับเปลี่ยนที่รวดเร็ว ซึ่งแต่เดิมการมีลูกค้าเงินฝาก และลูกค้าสินเชื่อก็สามารถทำให้ธนาคารมั่นคงได้ แต่อย่างไรนั้น ธนาคารพาณิชย์ก็ได้เกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อการสร้างอนาคตที่มั่นคง และการรักษาความภาคภูมิใจในอดีต ธนาคารจึงจำเป็นจะต้องมีรายได้จากทางอื่น ที่ไม่ใช่รายได้จากส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและสินเชื่อ ซึ่งก็คือค่าธรรมเนียมต่างๆทำให้เกิดรายได้ ธนาคารจึงจำเป็นต้องเติมเต็มผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจรทั้งนี้เพื่อเพิ่มรายได้ และเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในทุกช่วงอายุ และหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทีสามารถทำให้รายได้ค่าธรรมเนียมมากขึ้น คือ บัตรเดบิตนั่นเอง

บัตรเดบิต จะให้บริการด้านการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ได้แก่ โอนเงิน การสอบถามยอด การถอนเงิน การเปลี่ยนรหัสประจำตัว การเติมเงินโทรศัพท์ และบริการอื่นๆ โดยบัตรเดบิตนั้น นอกเหนือจากที่จะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธนาคารแล้ว ยังช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าง่ายยิ่งขึ้น มีความสะดวก รวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนหน้าเค้าเตอร์ธนาคาร และช่วยให้พนักงานที่ให้บริการบริเวณเค้าเตอร์มีเวลาขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ปัจจุบันธนาคารออมสินสาขาหนองเรือตั้งอยู่ที่ 76 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองเรือ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น รหัสไปรษณีย์ 40210 ได้เปิดให้บริการมาแล้ว 3 ปี นับจากวันที่ 25 มีนาคม 2556 เปิดให้บริการทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ตั้งแต่เวลา 8.30 น. ถึงเวลา 15.30 น. มีพนักงาน และลูกจ้าง ทั้งสิ้น 10 คน คอยให้บริการทางด้านสินเชื่อ และเงินฝาก แก่บุคคลทั่วไป กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจ กลุ่มหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ในเขตอำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น มีผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ในปี 2558 สาขาฯ ได้รับเป้าหมายเพิ่มจำนวนบัตรเดบิตจำนวน 1,500 บัตร และสาขาฯ สามารถขายผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตได้ทั้งสิ้น 2,849 บัตร และในปี 2559 ทางสาขาฯ ได้รับการจัดสรรเป้าหมายด้านการหาจำนวนบัตรเดบิต เพิ่มสุทธิ 200 บัตร ต่อเดือน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น และเพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย 100% ในตัวชี้วัดนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิต ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้กำหนดแนวทางการเพิ่มยอดบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน จังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต ของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิต ของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดบัตรเดบิต ของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นบุคคลธรรมดาอายุ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีบัญชีเผื่อเรียกของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ เป็นบุคคลที่อาศัยหรือทำงานในเขตอำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น และเป็นประชากรที่เข้ามาใช้บริการในระหว่างเดือนมีนาคม ถึง มิถุนายน 2559 ซึ่งจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 350.754 ตัวอย่าง ดังนั้นจึงปัดค่าให้เป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเท่ากับ 351 ตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ สมรส รายได้ [2]

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถาม 6W 1H [2]

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอใช้บริการบัตรเดบิตกับธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น [3]

โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลทางสถิติ ซึ่งสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ยมาตรฐาน (Standard deviation) โดย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิตจะใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอใช้บริการบัตรเดบิต จะใช้สถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ยมาตรฐาน

2. การกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดบัตรเดบิต ธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) ประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ [4] ซึ่งทำการรวบรวมข้อมูลมากจากหนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์ซึ่งจะทำให้ทราบถึงภาพรวมขององค์กรในด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม หลังจากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix ซึ่งเป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใจ จะทำให้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การรุกราน (SO) กลยุทธ์การอนุรักษ์ (WO) กลยุทธ์การแข่งขัน (ST) กลยุทธ์การตั้งรับ (WT) [5]

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บัตรเดบิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีบัตรเดบิต 1 ใบ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 ใช้บริการบัตรเดบิตกับธนาคารออมสินจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต 1 – 5 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 188 คน ส่วนมากใช้บัตรเดบิตเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายโดยไม่ต้องพกเงินสดจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 ใช้บัตรเดบิตในการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 ใช้บริการบัตรเดบิตที่เครื่อง ATM ของธนาคาร จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 ใช้บริการบัตรเดบิต 501 – 1,000 บาท ต่อครั้ง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจขอใช้บริการบัตรเดบิตส่วนมากคือตนเอง จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความมั่นคง และน่าเชื่อถือ ($\overline{X}$ = 2.69, SD = 0.51) ด้านราคา ลูกค้าให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่างๆ ($\overline{X}$ = 2.44, SD = 0.64) ด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่มีสาขาเปิดให้บริการทั่วประเทศ ($\overline{X}$ = 2.53, SD = 0.61) ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่มีสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ถือบัตร เช่น ลดราคาตั๋วชมภาพยนตร์ ลดราคาอาหารจากร้านค้าที่ร่วมรายการ การลุ้นกระปุกทองคำ ฯลฯ ($\overline{X}$ = 2.08, SD = 0.74) ด้านบุคลากร ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 2.41, SD = 0.58) ด้านลักษณะทางกายภาพ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะอาด น่าใช้บริการ ($\overline{X}$ = 2.48, SD = 0.60) ด้านกระบวนการ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการมีลักษณะการให้บริการที่ชัดเจน ($\overline{X}$ = 2.53, SD = 0.56) ด้านผลิตภาพ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยให้ลูกค้าโดยการให้ลูกค้าเป็นผู้กำหนดรหัสบัตรเดบิตเอง ($\overline{X}$ = 2.40, SD = 0.63)

สามารถกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดบัตรเดบิต ธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) สภาพแวดล้อมทางการตลาด วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) และจัดทำกลยุทธ์ โดยใช้ TOWS Matrix เพื่อเพิ่มยอดบัตรเดบิต ธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น สามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ได้ 2 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 ฝึกอบรมพนักงาน และโครงการที่ 2 เชิงรุกบุกลูกค้า

การอภิปรายผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขอใช้บริการ ได้ ผลดังนี้ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความมั่นคง และน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รมิดา ปองดี (2554) ผลการศึกษาพบว่า ธนาคารที่ออกบัตรมีความน่าเชื่อถือ [6] และ กอกฤต สารฤทธิ์ (2557) ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก [7] ด้านราคา ลูกค้าให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อิสรีย์ วงศ์เมืองแสน (2557) ผลการศึกษาพบว่าราคาควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพ [8] และ นัฏฐพงษ์ ศรีวิวัฒน์ (2556) ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าจะตัดสินใช้บริการเมื่อมีราคา และอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม [9] ด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่มีสาขาเปิดให้บริการทั่วประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นาตยากรณ์ รัศมีโรจน์ (2557) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารมีสาขาให้บริการทั่วประเทศ สะดวกในการใช้บริการ [10] ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่มีสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ถือบัตร เช่น ลดราคาตั๋วชมภาพยนตร์ ลดราคาอาหารจากร้านค้าที่ร่วมรายการ การลุ้นกระปุกทองคำ ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รมิดา ปองดี (2554) โดยการมีรายการส่งเสริมการขายจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ ด้านบุคลากร ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณิชภัทร ภัทรชัยสกุล (2555) พนักงานขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า และสามารถตอบคำถามหรือให้คำแนะนำได้ดี [11] ด้านลักษณะทางกายภาพ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะอาด น่าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กาญจนา นามกุนี (2557) และ กนกอร อธิปัตยกุล (2555) ผลการศึกษาพบว่า ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี สะอาด และมีการตกแต่งที่ทันสมัย [12] [13]

สรุป

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็น เพศหญิง ร้อยละ 52.4 มีอายุระหว่าง 31 – 50 ปี ร้อยละ 49.5 มีสถานภาพ โสด ร้อยละ51.6 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ร้อยละ 58.7 ส่วนมากประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 34.5 และมีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 49.4 ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีจำนวนบัตรเดบิตที่ใช้บริการ จำนวน 1 ใบ ร้อยละ 55.6 มีจำนวนผู้ใช้บริการบัตรเดบิตกับธนาคารออมสิน ร้อยละ 61.5 มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต 1 – 5 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ร้อยละ 53.6 ใช้บัตรเดบิตเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายโดยไม่ต้องพกเงิน ร้อยละ 81.5 ใช้บัตรเดบิตในการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM ร้อยละ 90.0 ใช้บริการบัตรเดบิตที่เครื่อง ATM ของธนาคารออมสิน ร้อยละ 88.9 ใช้บริการบัตรเดบิต 501 – 1,000 บาท ต่อครั้ง ร้อยละ 27.4 และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจขอใช้บริการบัตรเดบิตส่วนมากคือตนเอง ร้อยละ 88.6 4 ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเดบิต ของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความมั่นคง และน่าเชื่อถือ ด้านราคา ลูกค้าให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม ด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่มีสาขาเปิดให้บริการทั่วประเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่มีสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ถือบัตร ด้านบุคลากร ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะอาด น่าใช้บริการ ด้านกระบวนการ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการมีลักษณะการให้บริการที่ชัดเจน ด้านผลิตภาพ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยให้ลูกค้าโดยการให้ลูกค้าเป็นผู้กำหนดรหัสบัตรเดบิตเอง และเมื่อทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) และจัดทำกลยุทธ์ โดยใช้ TOWS Matrix สามารถกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดบัตรเดบิต ของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ได้ 2 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 ฝึกอบรมพนักงาน และโครงการที่ 2 เชิงรุกบุกลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดโครงการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องต่างๆเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนปฏิบัติงานจริง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลผลิตภัณฑ์ การใช้ระบบงาน งานบริการ ฯลฯ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากที่สุด

2. ควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานที่อยู่ในองค์กรในด้านต่างๆ เช่น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ปัญหาในการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงาน เพื่อนำมาสู่การแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน และกระบวนการทำงานที่ดีที่สุด

3. ควรจัดโปรโมชั่น จำทำสิทธิประโยชน์ จัดหาร้านค้าที่ร่วมรายการให้มากขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามาสมัครใช้บริการมากขึ้น

4. ธนาคารควรมีการจัดกิจกรรม 5 ส เป็นประจำเพื่อให้พนักงานทุกคนร่วมด้วยช่วยกันที่จะทำให้ธนาคารสะอาด น่าใช้บริการ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณอาจารย์อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.ประจักร บัวผัน ที่ให้ความรู้ คำแนะนำในการศึกษา

จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบคุณบิดา มารดา และญาติ ที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

[1] ธนาคารออมสิน. (ม.ป.ป.). **ประวัติธนาคารออมสิน**. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2559, จาก http://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx

[2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:พัฒนาศึกษา.

[3] ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[4] เรวัตร์ ขาตรีวิศิษฏ์ และคณะ. (2552). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เดอะนิว กรุ๊ป.

[5] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษา (Strategic Management And Cases).** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

[6] รมิดา ปองดี. (2554). **การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารนครไท สาขากลางเมือง.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[7] กอกฤต สารฤทธิ์. (2557). **แนวทางการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์สินเชื่อรถยนต์ (รถใช้แล้ว) ธนาคารรวมใจจำกัด (มหาชน) สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[8] อิสรีย์ วงศ์เมืองแสน. (2557). **แนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายโปรแกรมดิกชันนารี อัจฉริยะในมหาวิทยาลัยขอนแก่น**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[9] นัฏฐพงษ์ ศรีวิวัฒน์. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สินเชื่อบุคคลของธนาคารออมสิน สาขามะลิวัลย์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[10] นาตายากรณ์ รัศมีโรจน์. (2557). **แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ อำเภอหนองเรือจังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[11] ณิชภัทร ภัทรชัยสกุล. (2555). **แนวทางการเพิ่มยอดขายของ บริษัท สหสันติ์การทอ (จำกัด) อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[12] กาญจนา นามกุนี. (2557). **แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษสำหรับลูกค้ารายย่อยของธนาคารออมสิน สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[13] กนกอร อธิปัตยกุล. (2555). **แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากประจำ ของธนาคาร เอซีบีซี จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจอุดรธานี.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.