

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้า

บัตรเอทีเอ็ม ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง

ในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ผู้เขียน

นางยุภาพร พงษ์ตุ้ย

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. รำพึง เวชยันต์วุฒิ

ประธานกรรมการ

ผศ. กาญจนา โชคถาวร

กรรมการ

อ.ดร. ไพรัช กาญจนการุณ

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการขยายฐานลูกค้าบัตรเอทีเอ็ม ในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เหตุผลและปัญหาของการใช้บัตรเอทีเอ็ม เพื่อค้นหาศักยภาพขององค์กรในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นชนชาวพม่าที่อพยพเข้ามาเพื่อทำการค้าขายชายแดนในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 378 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้มาตรฐานส่วนประเมนค่าของไลต์เคิตสเกล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ถือบัตรเอทีเอ็มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 30 ปี สมรสแล้ว และได้ถือครองบัตรประจำตัวประชาชนไทยมากที่สุด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวค้าขาย มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,001 – 10,000 บาท

การให้บริการบัตรเอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สาย พบว่าในด้านรูปแบบและกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่/ความปลอดภัย ด้านการตลาด/การประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลในระดับมาก

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเอทีเอ็มของลูกค้า ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถือครองบัตรเอทีเอ็มและเลือกใช้บริการตู้เอทีเอ็มของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเดบิต Be 1<sup>st</sup> ของสมนาคุณที่ลูกค้าชอบมากที่สุด คือ นานาพิก้า และยังต้องการให้จัดโปรโมชั่นของสมนาคุณอย่างต่อเนื่อง ผู้ถือบัตรเอทีเอ็มใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน เป็นการถอนเงินสด

ด้านความพึงพอใจ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็ม ด้านพนักงาน ด้านการตลาด/ประชาสัมพันธ์ ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านอื่น ๆ เช่น คุณภาพการให้บริการและชื่อเสียงของธนาคาร สามารถกำหนดรหัสบัตรเอทีเอ็มได้ด้วยตัวเองแล้วรับบัตรได้ทันที มีสถานที่สะอาดสะอ้านสบาย เป็นต้น

ข้อมูลด้านปัญหาจากการใช้บัตรเอทีเอ็ม ผู้ถือบัตรเอทีเอ็มเห็นว่าปัญหาค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูงเกินไป มีข้อจำกัดเรื่องบัตรแสดงตน การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยากและใช้เวลาในการออกบัตรนาน

ข้อเสนอแนะ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สายควรเน้นกลยุทธ์เชิงรุกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังต้องคอยติดตามและดูแลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันควรจะผ่อนคลायกฎระเบียบสำหรับชนชาวพม่าในเขตชายแดนอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายอีกด้วย

**Independent Study Title** An Analysis of Marketing Strategies to Increase ATM Customers of a Commercial Bank in Mae Sai District, Chiang Rai Province

**Author** Mrs. Yuphaphorn Phongtui

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc.Prof.Rampueng Vechayanwuti Chairperson

Asst.Prof. Kanchana Chokethaworn Member

Lect.Dr.Pairut Kanjanakaroon Member

**ABSTRACT**

This study aimed to examine the factors affecting the expansion of ATM card holders as clients of a commercial bank in Mae Sai District of Chiang Rai Province and to identify the reasons and problems associated with the use of ATM cards, in order to eventually find out the organization's potentials to compete with other commercial banks. Data and information were gathered from questionnaire interview of 378 samples of Burmese immigrants who came to carry out border trades in Mae Sai District area. Analyses were based on descriptive statistics including frequency, percentage, average, and assessment was made on Likert scale criteria.

The majority of ATM card holders under study appeared to be female, 20-30 years old, married, holding Thai ID cards in most cases, with private business or trading profession, diploma level graduate, and having 5,001-10,000 baht average monthly income.

The use of Bangkok Bank's Mae Sai branch's ATM cards was highly influenced by the factors of service type and process, personnel, place/safety, and marketing/publicity.

On consumers' behavior, most Bangkok Bank's ATM card holders utilized the ATM facilities of the Bank itself more than other alternatives. Most cards held were of Be 1<sup>st</sup> type of debit card. The most preferred complimentary or gift item was clock; and the bank clients expressed their wish to enjoy continuing promotion campaign of the bank. The ATM card holders used ATM services more than 5 times/month, in most cases for cash withdrawal.

On consumers' satisfaction, most samples under study were highly satisfied with the following factors : ATM card fee, bank personnel, convenience, safety ; as well as other aspects such as service quality, reputation of the bank, the possibility of self assigning ATM card pin-code to obtain the card for use immediately, and the clean and comfortable location.

The ATM card holders indicated their problems concerning overly high ATM service fees, their difficulty in using identification cards, the complicated application procedure to get the ATM card, and the lengthy time for the issuance of ATM card.

From the results of this study, the Mae Sai branch of Bangkok Bank is recommended to focus on more aggressive strategy to attract more clients, to monitor constantly the behavior of its ATM card holders, and to make various rules and regulation less strict for the Burmese immigrants who reside in the border line area of Mae Sai District in Chiang Rai Province.