

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การแข่งขันบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษามีสรุป ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมบัตรเครดิตโดยใช้ทฤษฎี Porter's 5 Forces Analysis

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานะการแข่งขันด้านบริการบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 3.55/4 แสดงให้เห็นว่าธนาคารมีความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมบัตรเครดิตเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ จึงต้องใช้นโยบายเชิงรุกในการขยายฐานและส่วนแบ่งการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น

5.1.2 การวิเคราะห์ระดับธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis

จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการประเมินปัจจัยภายในได้แก่ จุดแข็ง และจุดอ่อน มีตัวเลขคะแนนถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 2.55/4 แสดงว่าธนาคารกสิกรไทยอยู่ในตำแหน่งจุดแข็ง และการประเมินปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค มีตัวเลขคะแนนถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 2.90/4 แสดงว่าธนาคารกสิกรไทย อยู่ในตำแหน่งมีโอกาส ที่จะเจริญเติบโตในธุรกิจด้านบริการบัตรเครดิต จึงควรใช้นโยบายกลยุทธ์เชิงรุก (Aggressive Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การกระจายย้อนหลัง กลยุทธ์การกระจายไปข้างหน้า กลยุทธ์การเจาะตลาด กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การพัฒนาตลาด

5.1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคาร โดยใช้แบบสอบถาม ปรากฏว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เรียงตามลำดับดังนี้ 1) ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี 2) อัตราดอกเบี้ยต่ำระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยยาวนาน 3) มีเจ้าหน้าที่บริการรับสมัครถึงที่ 4) ความรวดเร็วในการอนุมัติ 5) ความไม่ยุ่งยากของเอกสาร 6) คุณภาพของการให้บริการและชื่อเสียงของธนาคาร 7) ธนาคารมีสาขามากสะดวกใช้บริการ

ส่วนปัญหาของการใช้บริการบัตรเครดิต ได้แก่ 1) ค่าธรรมเนียมการใช้บริการสูง 2) การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ยาก 3) การชำระค่าง่ายยาก 4) บัตรเสื่อมคุณภาพและชำรุดง่าย
คุณภาพของการให้บริการเรียงตามลำดับดังนี้ 1)ธนาคารซีทีแบงก์ 2)ธนาคารกสิกรไทย 3)ธนาคารกรุงไทย 4)ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 5)ธนาคารกรุงเทพ

5.1.4 การวิเคราะห์ทางเลือกและกำหนดกลยุทธ์ศาสตร์การแข่งขันการให้บริการบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ทางอุตสาหกรรมและสภาวะการแข่งขันการให้บริการบัตรเครดิต โดยใช้ ปัจจัยแรงกดดัน 5 ประการ การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคของการใช้บริการบัตรเครดิต กลยุทธ์ที่ทางธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือกลยุทธ์เชิงรุก (Aggressive Strategy) ได้แก่

1) กลยุทธ์การกระจายไปข้างหน้า (Forward Integration Strategy)

ตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบบัตรเครดิตในส่วนภูมิภาคมีลักษณะเป็น Profit Center โดยสามารถดำเนินการครบวงจร สามารถอนุมัติบัตรเครดิต

2) กลยุทธ์การกระจายไปข้างหลัง (Backward Integration Strategy)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จัดตั้งบริษัทฯ ในเครือ ผลิตบัตรเครดิตเพื่อให้สามารถควบคุมการผลิตให้ทันกับความต้องการของลูกค้าเนื่องจากลูกค้าใช้ความเร็วในการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิต

3) กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration Strategy)

เจาะตลาดลูกค้าของธนาคารกลุ่มเดิมที่ธนาคารยังไม่เข้าถึง ลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ประเภทต่าง ๆ

4) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Strategy)

ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายในการทำธุรกรรมร่วมใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคาร

5) กลยุทธ์การพัฒนาตลาด (Market development Strategy)

แสวงหาตลาดใหม่ในการทำบัตรร่วมกับหน่วยงานและองค์กรขนาดใหญ่

5.2 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษายุทธศาสตร์การแข่งขันบัตรเครดิต : กรณีศึกษานาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ควรเร่งพิจารณาแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาและขั้นตอนของการพิจารณาอนุมัติบัตรเครดิตให้รวดเร็วขึ้น โดยการกระจายอำนาจให้ผู้มีอำนาจได้อนุมัติตามส่วนภูมิภาค ซึ่งปัจจุบันผู้มีอำนาจในส่วนภูมิภาคมีอำนาจอนุมัติเครดิตอย่างอื่นในวงเงินค่อนข้างสูงประกอบกับการอนุมัติเครดิตที่มีหลักประกันส่วนมากจะให้อำนาจประมาณ 70-80 % ของราคาประเมินหลักประกัน ทำให้ยังมีส่วนที่เหลือของมูลค่าหลักประกันอยู่อีก 20-30 % ทำให้ลดความเสี่ยงอีกทางหนึ่ง ในการอนุมัติบัตรเครดิตพ่วงให้ลูกค้าอีกอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ผู้มีอำนาจอนุมัติเครดิตในส่วนภูมิภาคในปัจจุบันยังมีอำนาจอนุมัติเครดิตที่มีหลักประกันอยู่แล้วสูงถึง 500,000.-บาท โดยใช้บุคคลค้ำประกัน จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะให้มีการอนุมัติบัตรเครดิตในส่วนภูมิภาคได้จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันบัตรเครดิตได้มากขึ้น

2) การแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและค่าบริการของบัตรเครดิต เนื่องจากปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมและค่าบริการของบัตรเครดิตยังมีอิทธิพลมากเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ธนาคารควรยกเว้นค่าธรรมเนียมเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารคู่แข่งได้ แต่ทางธนาคารกสิกรไทยควรพัฒนาและขยายฐานร้านค้าสถานที่รับบัตรเครดิตให้มีมากขึ้น จะได้นำรายได้ค่าธรรมเนียมจากร้านค้ารับบัตรเครดิตมาทดแทนค่าธรรมเนียมจากบัตรเครดิต และยังเป็นส่งเสริมการตลาด และเพิ่มช่องทางการใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย

3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ยังมีความจำเป็น เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วถึง ที่ผ่านมาจากธนาคารกสิกรไทย ขาดการประชาสัมพันธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร แต่เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กรมากกว่า ทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบข่าวสารของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต จึงควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อในด้านบริการบัตรเครดิตบ้าง

.....