

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ในโลกปัจจุบันที่การพัฒนาเทคโนโลยีทั้งด้านการผลิตและการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจต่างๆ ต้องมีการพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ธุรกิจประเภทสถาบันการเงินก็ต้องมีการแข่งขันในส่วนของกรนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการพัฒนาการบริการ เพื่อให้สามารถทำกำไร และมีส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งได้ปรับตัวเข้าสู่ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business)

บริการประเภทหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์นำออกให้บริการแก่ลูกค้าได้แก่บริการบัตรอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเรียกกันสั้นๆ ว่าบัตรเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine : ATM) ซึ่งให้บริการถอนเงินด่วน และแสดงยอดคงเหลือในบัญชี บัตรนี้ถูกนำเข้ามาให้บริการกับลูกค้าครั้งแรกโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ.2526 (อำนาจ ลียาทิพย์กุล, 2531:2) ต่อมาธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ก็พัฒนาระบบการบริการผ่านบัตรเพิ่มมากขึ้น จนกระทั่งปัจจุบันสามารถจำแนกการให้บริการบัตรเอทีเอ็มได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. บัตรเอทีเอ็มรูปแบบเดิม นอกจากให้บริการถอนเงินด่วน และแสดงยอดคงเหลือในบัญชีแล้ว ยังสามารถใช้บริการโอนเงินภายในธนาคาร และระหว่างธนาคาร การชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ การชำระบัตรเครดิต เป็นต้น

2. บัตรเดบิตอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากจะให้บริการที่ตู้เอทีเอ็มเช่นเดียวกับบัตรเอทีเอ็มรูปแบบเดิมแล้ว ผู้ถือบัตรยังสามารถนำบัตรเดบิตอิเล็กทรอนิกส์ไปชำระค่าสินค้าและบริการ โดยหักเงินในบัญชีทันทีในร้านค้าที่ติดป้ายสัญลักษณ์ Visa Electron อีกทั้งบัตรชนิดนี้สามารถนำไปใช้ในต่างประเทศได้ทั่วโลกโดยกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรครอบคลุมทุกอาชีพตั้งแต่ นักเรียน นักศึกษา จนถึง นักธุรกิจ ซึ่งบัตรเดบิตอิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละธนาคารมีชื่อเรียกต่างกัน เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เรียกบัตรมาสเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เรียกว่า บัตรบีพีเอส ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เรียกบัตรกรุงศรีวิซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินหนึ่งที่ได้มีการนำเอาระบบเทคโนโลยีที่กล่าวข้างต้นเข้ามาใช้เพื่อให้บริการกับลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเรียกบริการนี้ว่าการบริการ

ทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันธนาคารได้เปิดให้มีการบริการผ่านช่องทางถึง 4 ช่องทาง เรียกว่า Krungsri In-hand Banking ประกอบด้วย

1. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่เว็บไซต์ [www.krungsrionline.com](http://www.krungsrionline.com)
2. บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์พื้นฐานเรียกว่า กรุงศรีโฟน 1572
3. บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือเรียกว่ากรุงศรีโมบายโฟน
4. บริการธนาคารผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เรียกว่ากรุงศรีเอทีเอ็ม

โดยช่องทางเหล่านี้ ธนาคารเปิดให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และเมื่อปี พ.ศ.2542 ธนาคารได้มีการนำรูปแบบบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ มาให้บริการกับลูกค้า โดยสาขาธนาคารทั่วประเทศต่างก็ได้รับนโยบายจากสำนักงานใหญ่ในการขยายฐานบัตรเพื่อต้องการให้บริการดังกล่าวสามารถเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มของธนาคาร และช่วยเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมอีกทางหนึ่ง จังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ทางสำนักงานใหญ่ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในการขยายฐานการบริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจ จำนวนประชากร หน่วยงานราชการและสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่างก็มีศักยภาพ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 จนถึงมิถุนายน 2546 ลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีลูกค้าเงินฝากออมทรัพย์ทั้งสิ้น 57,858 ราย ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มจำนวน 24,088 ราย และใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 6,026 ราย (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขต 8 จังหวัดเชียงใหม่, มิถุนายน 2546) เมื่อเทียบเป็นสัดส่วนการถือบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์กับจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวนบัญชีออมทรัพย์แล้วยังถือว่าสัดส่วนการถือบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ยังมีจำนวนน้อย ในขณะที่ตลาดการแข่งขันด้านบริการบัตรเดบิตในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราค่อนข้างสูง ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งได้มีการนำกลยุทธ์ต่างๆ เข้ามาช่วยในการแข่งขันขยายฐานบัตร ทั้งในด้านราคา รูปแบบบัตร ของสมนาคุณลูกค้า การชิงโชคของรางวัล เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับธนาคารใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าและรักษาลูกค้าเดิมไว้ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของธนาคาร และความต้องการของลูกค้าต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้านักเรียนของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ผลการศึกษาจะนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด และพัฒนาบริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และนโยบายของธนาคารต่อไป

## นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทาง การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

**การตัดสินใจใช้บริการ** หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์

**ลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่** หมายถึง ลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 สาขาที่ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์และใช้บริการบัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์

**บัตรกรุงศรีวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง บัตรที่ออกโดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ด้านหลังบัตรมีแถบแม่เหล็กสำหรับบันทึกข้อมูลทางการเงินเพื่อให้บริการต่างๆ ดังนี้

1. การถอนเงินจากบัญชี
2. การโอนเงินภายในธนาคารและระหว่างธนาคาร
3. การถอนเงินสดในต่างประเทศ
4. การชำระค่าสินค้าและบริการในร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ Visa Electron ทั่วโลกโดย

สามารถกำหนดวงเงินในการใช้จ่ายได้ด้วยตัวเอง

5. การถามยอดคงเหลือในบัญชีเงินฝาก
6. การชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ผ่านตู้เอทีเอ็ม
7. การชำระบัตรเครดิต ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าเบี้ยประกันชีวิต
8. การซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ผ่านตู้เอทีเอ็ม

9. การซื้อขายกองทุนรวม ผ่านตู้เอทีเอ็ม
10. การเบิกถอนเงินตู้สกรรณผ่านเครื่องเอทีเอ็ม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved