

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ไทยมีการพัฒนาทางด้านการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการโดยเน้นที่การให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจผู้ให้บริการมากขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นของธนาคารพาณิชย์ไทยนั้น ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงของธนาคารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค

ธุรกิจการเงินการธนาคารเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมากขึ้นทุกวัน อันเนื่องมาจากการเปิดเสรีทางการเงินเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ธนาคารต้องแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ ที่สามารถทำธุรกรรมได้ เช่นเดียวกับธนาคาร ทั้งยังมีภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจและการเมืองที่เพิ่มความเสี่ยงอย่างการแข็งค่าของเงินบาท และมีกฎระเบียบใหม่ ๆ ที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และกฎระเบียบขององค์กรทางการเงินนานาชาติต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจธนาคารในปัจจุบันต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา สิ่งท้าทายต่าง ๆ เหล่านี้ถ้าไม่มีกระบวนการทางธุรกิจและเทคโนโลยีที่ดี อาจจะทำให้เป็นผู้พ่ายแพ้ทางธุรกิจได้¹

ภาพรวมธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรในประเทศไทย โดยดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าอย่างครบถ้วน ทั้งการให้บริการทางการเงินในรูปแบบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ และการให้บริการทางการเงินรูปแบบอื่น ๆ ผ่านบริษัทในเครือกลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ นอกเหนือจากการให้บริการหลัก ซึ่งได้แก่ การรับฝากเงินและการให้สินเชื่อ ธนาคารมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม โดยสำหรับกลุ่มลูกค้าบุคคล ได้แก่ สินเชื่อเพื่อการเคหะและบุคคล บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิตและบัตรเครดิต บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและเงินโอนต่างประเทศ

¹“เทคนิคลงทุนแบบจำกัดความเสี่ยง,” การเงินธนาคาร (ตุลาคม 2550):192.

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนและประกัน (Investment & Bancassurance) เป็นต้น สำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ ได้แก่ การให้บริการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ (Business Cash Management) ผลิตภัณฑ์บริหารการเงิน (Treasury Product) ผลิตภัณฑ์ทางตลาดตราสารหนี้และตลาดทุน (Debt and Capitals Market Product) รวมถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ ที่ให้บริการโดยบริษัทในเครือของธนาคาร

การให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารภายใต้การดำเนินธุรกิจของกลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ นั้นดำเนินงานโดยกลุ่มธุรกิจของธนาคารธุรกิจของธนาคาร 6 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มลูกค้าธุรกิจ
- กลุ่มลูกค้าบุคคล
- กลุ่มบริการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ
- กลุ่มบริหารการเงิน
- กลุ่มธนบดีธนกิจ
- กลุ่มจัดการทรัพย์สิน

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจในปี 2548 ธนาคารประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นในหลายด้าน โดยเฉพาะใน 3 ด้านหลัก คือการเติบโตของสินทรัพย์ที่นำมาซึ่งรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิที่เติบโตขึ้นอย่างมาก การคงความเป็นผู้นำทางธุรกิจในหลายผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลทำให้รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการของธนาคารสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การเป็นตัวแทนนายหน้าขายประกัน (Bancassurance) บัตรเครดิต บริการด้านตราสารหนี้ต่าง ๆ (Debt and Capitals Market) บริการด้านการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินและธุรกิจ Corporate Trust เป็นต้น รวมถึงการขยายเครือข่ายอย่างกว้างขวาง ซึ่งช่วยสร้างความแข็งแกร่งของไทยพาณิชย์ (Brand) ช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า และทำให้สามารถเพิ่มส่วนบางรายได้จากลูกค้า (Customer Wallet) ทั้งนี้ในปี 2548 ธนาคารได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการขยายเครือข่ายอย่างมาก ทำให้ ณ สิ้นปี 2548 ธนาคารได้มีเครือข่ายมากที่สุดในระบบธนาคารพาณิชย์ ทั้งในด้านจำนวนสาขาที่มี 692 สาขาทั่วประเทศ และเครื่องให้บริการเงินด่วนจำนวน 2,803 เครื่อง นอกจากนี้ธนาคารได้ปรับปรุงรูปลักษณ์ของสาขาให้มีรูปแบบที่ทันสมัย และสื่อภาพลักษณ์ของธนาคารได้ชัดเจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป²

²ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2548 (กรุงเทพมหานคร: บริษัท สยามเพรส แมเนจเม้นท์ จำกัด, 2548), น. 18.

การดำเนินงานในปี 2549 ธนาคารเป็นผู้นำธุรกิจลูกค้าบุคคลด้วยจำนวนเครือข่ายที่มากที่สุดทั้งในด้านจำนวนสาขา และเครื่องเอทีเอ็ม นอกจากนี้ยังเป็นผู้นำอันดับ 1 ในผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจลูกค้าบุคคล ซึ่งได้แก่ สินเชื่อที่อยู่อาศัย บัตรเครดิต และผลิตภัณฑ์เพื่อการประกัน ในปี 2549 ธนาคารได้ตั้งเป้าหมายรายได้ทำทายสำหรับการดำเนินงาน แม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจภายในประเทศจะขาดเสถียรภาพ กลุ่มลูกค้าบุคคลก็สามารถทำรายได้สูงเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดได้ถึงร้อยละ 10 ความสำเร็จดังกล่าวนี้มาจากการวางแผนกลยุทธ์ที่ดีและความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตามแผนที่วางไว้อย่างรวดเร็ว

ผลการดำเนินการเครือข่ายให้บริการ ธนาคารยังคงเป็นที่ 1 ในด้านเครือข่ายการให้บริการ ด้วยจำนวนสาขารวม 793 สาขาและจำนวนเครื่องเอทีเอ็มรวมเกือบ 4,000 เครื่องทั่วประเทศ ในปี 2549 กลุ่มลูกค้าบุคคลสามารถเพิ่มจำนวนสาขาได้มากถึง 100 สาขา (คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 14) และเพิ่มจำนวนเครื่องเอทีเอ็มได้มากถึง 1,000 เครื่อง (คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 36) การขยายเครือข่ายการให้บริการนี้เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารที่มีจำนวนหลายล้านราย³

แผนธุรกิจปี 2550 กลุ่มลูกค้าบุคคลวางแผนที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องและเสริมสร้างความเป็นผู้นำทางการตลาด เพื่อที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำอย่างไม่มีใครเทียบเคียงในธุรกิจลูกค้าบุคคล ปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมให้เป้าหมายดังกล่าวสามารถบรรลุได้คือ การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า และการขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การบริการจัดการระบบภายในของกลุ่มและการควบคุมความเสี่ยงอย่างเข้มงวดก็เป็นปัจจัยสนับสนุนต่อความสำเร็จ สำหรับแผนงานในปี 2550

การขยายเครือข่ายการให้บริการ ธนาคารยังคงมุ่งมั่นที่จะดำรงตำแหน่งผู้นำด้านเครือข่ายอันดับ 1 ในประเทศ ทั้งในแง่จำนวนและประสิทธิภาพ โดยดำเนินการขยายสาขาเครื่องเอทีเอ็ม และ ศูนย์แลกเปลี่ยนเงินตราอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ศักยภาพที่มีปริมาณธุรกิจในระดับสูงทั้งเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด พร้อมทั้งเพิ่มความแข็งแกร่งในความเป็นผู้นำด้านเครือข่ายอันดับ 1 ในประเทศไทย⁴

นางกรรณิการ์ ชลิตอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ได้รับรางวัล “ธนาคารยอดเยี่ยมด้าน

³ เรื่องเดียวกัน, น. 21.

⁴ เรื่องเดียวกัน, น. 22.

ธุรกิจลูกค้าบุคคลประจำปี 2549” (Best Retail Bank in Thailand 2006) ในโครงการ Excellence in Retail Financial Services จาก Asian Banker นิตยสารด้านการเงินและธนาคารชั้นนำในภูมิภาคเอเชียเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านธุรกิจลูกค้าบุคคลของธนาคารมาอย่างต่อเนื่อง⁵

ในปี 2548-2550 ธนาคารเพิ่มช่องทางที่หลากหลายเพื่อสนองความต้องการให้บริการของลูกค้าบุคคลด้วยการเพิ่มสาขาและเครื่องให้บริการเงินด่วนที่ติดตั้งในพื้นที่แหล่งชุมชนซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่ธนาคารสามารถส่งข้อมูลข่าวสารจากธนาคารถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งนี้ยังครอบคลุมทุกพื้นที่ในการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ของธนาคาร ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของธนาคาร รวมถึงบริการใหม่ของเครื่องให้บริการเงินด่วนผ่านสาขาและเครื่องให้บริการเงินด่วน เนื่องจากสาขาและเครื่องให้บริการเงินด่วนมิได้เป็นเครื่องให้บริการถอนเงินด่วนอัตโนมัติเพียงอย่างเดียว แต่เป็นทั้งช่องทางให้ธนาคารส่งข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ตู้ไอพียงเครื่องให้บริการเงินด่วน หน้าจอก่อนใช้บริการ หน้าจอหลังใช้บริการ หลังใบบันทึกรายการ และตัววิ่งระหว่างทำรายการ

การเปิดช่องทางบริการ

การเปิดจุดให้บริการที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ ได้แก่ สาขาและสาขาย่อยซึ่งในปัจจุบันธนาคารเปิดสาขาในเกือบทุกจุดในแหล่งชุมชนและสาขาในห้างสรรพสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็วให้กับลูกค้า เนื่องจากการเปิดสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้านั้นจะเพิ่มเวลามากกว่าสาขานอกห้างสรรพสินค้าและยังเปิดให้บริการในวันเสาร์และอาทิตย์ด้วย

เครื่องให้บริการเงินด่วน ปัจจุบันธนาคารได้เพิ่มความสามารถให้กับเครื่องให้บริการฝากถอนเงินด่วนซึ่งจากเดิมจะสามารถให้บริการได้เพียงถอนเงินเท่านั้น ยังสามารถให้บริการอื่น ๆ ได้อีกมากมายเช่น การฝากเงิน การชำระสินค้าและบริการหรือการชำระสินค้าและบริการโดยการสแกนบาร์โค้ด การโอนเงินให้บุคคลอื่นทั้งในธนาคารเดียวกันและต่างธนาคาร เดิมเงินโทรศัพท์มือถือ

⁵“รู้ก่อนเกษียณ ซึ่ง RMF อย่างไรให้คุ้มค่าที่สุด,” การเงินธนาคาร (กรกฎาคม 2550):75.

จุดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ธนาคารได้เพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศโดยการตั้งจุดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเพิ่มสกุลแลกเปลี่ยนที่มากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การเปิดช่องทางการให้บริการโดยเพิ่มสาขาและสาขาย่อยนั้นก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เครื่องให้บริการเงินด่วนเพิ่มขึ้นจากเดิมด้วย เนื่องจากทุกสาขาและสาขาย่อยธนาคารจะมีเครื่องให้บริการเงินด่วนอยู่ที่สาขาและสาขาย่อย เพื่อรองรับปริมาณกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาทำรายการต่าง ๆ ที่สามารถทำผ่านเครื่องให้บริการอัตโนมัติได้ และจะลดรายการระหว่างลูกค้าและพนักงานของธนาคารได้มากขึ้น เช่น เครื่องให้บริการเงินด่วน เครื่องให้บริการฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องพิมพ์สมุดบันทึกอัตโนมัติ ทั้งนี้เครื่องให้บริการอัตโนมัติเหล่านี้ ยังเป็นช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสารของธนาคารทั้งก่อน หลังและระหว่างการทำรายการ ทั้งทางตู้ไฟข้างเครื่องให้บริการ หน้าจอก่อนใช้บริการ หน้าจอหลังใช้บริการและตัววิ่งขณะทำรายการ

เครื่องให้บริการเงินด่วน

บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน ได้ถือกำเนิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ติดตั้งเครื่องแรกโดย Citizens and Southern National Bank in Atlanta ในปี พ.ศ. 2514 ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจนในปัจจุบัน เอทีเอ็มใช้งานอยู่ทั่วโลก และมีสถาบันการเงินอีกมากมายที่ให้บริการลูกค้าด้วยเอทีเอ็ม ปัจจุบันเครื่องเอทีเอ็ม เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางโดยลูกค้า

การให้บริการลูกค้ายังคงมีข้อจำกัดทางด้านของเวลาและสถานที่ ซึ่งจะให้บริการได้เฉพาะเวลาทำการเท่านั้น ด้วยธนาคารเล็งเห็นแนวโน้มของระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร จะมีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง และเล็งเห็นถึงประโยชน์ เอนกประสงค์ที่ลูกค้าจะได้รับ จึงได้วางรากฐานทางด้านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อมุ่งมั่นในการให้บริการที่เป็นเลิศ ในต้นปี 2526 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้นำเอทีเอ็มเข้ามาให้บริการแก่ลูกค้าเป็นธนาคารแรกของประเทศไทย ในชื่อของ “บริการเงินด่วน” โดยให้บริการทั้งฝาก ถอน โอนเงินและสอบถามยอดบัญชี ตั้งแต่เวลา 07.00 – 22.00 น. โดยให้บริการไม่มีวันหยุด ในจุดชุมชนต่าง ๆ ทั้งในบริเวณสาขาของธนาคาร และนอกสถานที่ทำการธนาคาร แต่ในปัจจุบันสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

การเพิ่มความสามารถของเครื่องให้บริการเงินด่วนจะทำให้ดึงดูดผู้ใช้บริการที่จะต้องไปยังสาขามาใช้บริการที่เครื่องให้บริการเงินด่วนแทน ทั้งนี้ก็จะเพิ่มผู้รับสารที่ธนาคารมีความประสงค์ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนด้วย ปัจจุบันพบว่าธนาคารคู่แข่งชั้น

พยายามสร้างความสามารถของเครื่องให้บริการเงินด่วน เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการรวมถึงเพิ่มความสามารถในการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การเพิ่มเสียง หรือภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ทางธนาคารต้องการส่งเป็นจุดสนใจของผู้ใช้บริการ

เครื่องให้บริการเงินด่วน กับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

พบว่าทำให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารไทยพาณิชย์ ได้มีการให้ข้อมูลตั้งแต่เริ่มการให้บริการแต่เป็นเพียงตัวอักษรเท่านั้น ในปี 2545 พัฒนาการของเครื่องให้บริการเงินด่วน ได้มีการเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปภาพกราฟิกที่มีสีและเป็นรูปภาพซึ่งจะเสนอข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้มากกว่าและเป็นที่น่าสนใจว่าข้อมูลแบบตัวอักษรเพียงอย่างเดียว ซึ่งในอนาคตธนาคารจะมีการพัฒนาการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ เป็นแบบรูปภาพที่สามารถเคลื่อนไหวได้และมีเสียงประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความต้องการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่เพิ่มมากขึ้น

ในปัจจุบันธนาคารได้นำผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเครื่องให้บริการเงินด่วน โดยมีรูปแบบเปลี่ยนแปลงไปตามผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อแข่งขันกับธนาคารอื่น ๆ เช่น

- SCB Easy M Pay สามารถส่ง SMS เต็มเงินโทรศัพท์มือถือ
- เงินฝากโบนัสการศึกษา
- สินเชื่อหมุนเวียน Speedy Cash
- PA Insurance คุ่มครองอุบัติเหตุส่วนบุคคล
- เลเซอร์โซน จ่ายบิลที่ ATM
- Home Plus ประกันภัยบ้านและทรัพย์สินภายในบ้าน
- SCB Life Plus ประกันสุขภาพ
- เทศกาลเงินฝาก ดอกเบี้ยสูง
- สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ได้รับของใช้ไฮเทค
- ค่าธรรมเนียมฟรีที่ Laser ATM
- บัตรเดบิตไทยพาณิชย์
- โครงการลดค่าใช้จ่ายที่รายการ
- โครงการส่งเสริมเยาวชนเพื่อการสร้างสรรค์สังคม

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของธุรกิจรายย่อยนั้น กรรมการ ชลิตอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่ายังคงเป็นธุรกิจเรือธงของธนาคาร เช่นเดิม ซึ่งวางเป้าหมายการเติบโตไว้ที่ร้อยละ 30 และยังคงเน้นขยายด้านสินเชื่อเคหะและบัตรเครดิต เช่นเดิม อีกทั้งยังมุ่งผลักดันสินเชื่อ Speedy Loan ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นภายในปีนี้ อย่างไรก็ตาม คงจะไม่มี การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มขึ้นมากนัก เพราะธนาคารมีผลิตภัณฑ์ด้านธุรกิจรายย่อยเกือบครบถ้วนแล้ว โดยมองว่า การขยายธุรกิจลูกค้ารายย่อยแม้จะไม่ได้ยอดสินเชื่อสูงมากแต่หากเป็นลูกหนี้มีคุณภาพจะดีกว่า ทั้งนี้ พบว่าการให้สินเชื่อกับฐานลูกค้าเดิมของธนาคารจะมีปริมาณหนี้เสียน้อยกว่าลูกค้าใหม่ที่มิใช่ฐานเดิมของธนาคาร จึงถือเป็นข้อได้เปรียบ เมื่อเทียบกับธนาคารที่มีฐานลูกค้าขนาดเล็ก “อย่างไรก็ตาม ธนาคารไทยพาณิชย์เพิ่มเปิดให้บริการสินเชื่อบุคคลแบบไม่มีหลักประกัน หรือ Unsecured Loan เมื่อปีที่ผ่านมามาเท่านั้น จึงยังถือเป็นจุดอ่อนอยู่เมื่อเทียบกับตลาดที่มีขนาดใหญ่มาก เราไม่เคยต้องการทำอะไรเล็ก ๆ ดังนั้น แม้จะเริ่มเล็ก ๆ แต่ก็มุ่งขยายให้ใหญ่มากขึ้น ซึ่งมีลูกค้าเพิ่มเฉลี่ยเกือบ 200,000 ราย จากพลังของธนาคาร และกลยุทธ์ด้าน CRM”

กรรมการ ชลิตอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า หนึ่งในแผนการสำคัญของการพัฒนาการเติบโตของธุรกิจลูกค้ารายย่อยคือ การนำแนวคิดด้านลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management or CRM) มาใช้ แม้ในปัจจุบันยังไม่อยู่ในระดับที่เต็มร้อยและยังสามารถพัฒนาให้ดีขึ้นกว่านี้ได้อีก ทั้งนี้ การพัฒนา CRM ไม่อาจเกิดขึ้นได้เพียงแค่มีระบบซอฟต์แวร์เท่านั้น แต่ต้องมีความรู้และเชี่ยวชาญในการใช้งาน CRM พร้อมกับต้องวางแผนและทดลองใช้จนกว่าจะแน่ใจซึ่งส่วนใหญ่แล้วต้องใช้เวลาอย่างน้อย 6 เดือน “ดังนั้น CRM จึงเป็นหนึ่งในภารกิจที่ธนาคารต้องการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอีกแม้ว่าจะเริ่มทดลองมามากแล้ว ทั้งนี้ เชื่อว่าอย่างน้อยอีก 3 ปีข้างหน้าจะมีพัฒนาการที่ดีมากขึ้นแต่ CRM เป็นเรื่องที่ต้องพัฒนาต่อไปอย่างไม่มีจุดสิ้นสุด”

กรรมการ ชลิตอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ขณะนี้ธนาคารสามารถพัฒนาการจัดการข้อมูลของลูกค้าให้ถูกต้อง หรือ Data Cleansing ซึ่งเป็นหนึ่งในรากฐานสำคัญของการพัฒนาระบบ CRM สำเร็จเรียบร้อยแล้วตั้งแต่ 3 ปีที่ผ่านมา ขณะที่ภายในกลางปีนี้จะเริ่มใช้ระบบคลังข้อมูล (Data Warehouse) ขนาดใหญ่แบบใหม่ ที่เป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลที่กระจัดกระจายอยู่ตามส่วนงานต่าง ๆ มาไว้จุดเดียว และสามารถดึงข้อมูลมาใช้งานได้แบบ Real-time พร้อมทั้งแสดงผลข้อมูลลูกค้าในหลากหลายมิติตามความต้องการของผู้ใช้งาน ไม่เพียงเท่านั้นยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากบริษัทอื่น ๆ ในเครือได้

ด้วย จึงถือว่าเป็นธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งแรกที่พัฒนาระบบ Data Warehouse ในรูปแบบนี้มาใช้งาน “ผลจากการใช้ระบบ Data Warehouse แบบใหม่ จะทำให้ในอนาคตธนาคารจะสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าแบบรายบุคคลในแต่ละช่วงวัยได้อย่างตรงจุด ทั้งนี้เนื่องจากต่อไปจะมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้นจึงมีความจำเป็นที่ธนาคารไทยพาณิชย์ต้องไปให้ถึงจุดนั้น”⁶

การจัดการข้อมูลของผู้ใช้บริการเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากธนาคารผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนได้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ นั่นคือ ธนาคารจะสามารถทราบว่าผู้ใช้บริการผู้นี้เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการประเภทไหนของธนาคารเป็นหลัก และควรเสนอข้อมูลข่าวสารที่จะขยายผลิตภัณฑ์และบริการใดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริงด้วยการรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บริการด้วยการใช้งานแนวคิดด้านลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นจุดดึงดูดผู้ใช้บริการจากธนาคารคู่แข่งด้วย

ทิศทางและเป้าหมายการขยายเครือข่ายสาขาและจุดบริการเครื่องให้บริการเงินด่วน

การให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างมากทั้งการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอเครื่องให้บริการให้บริการนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งนโยบายการขยายเครือข่ายของธนาคารนั้น นับเป็นกลยุทธ์ในการเตรียมความพร้อมที่จะรองรับความต้องการของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น และเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายให้กับลูกค้าของธนาคาร ธนาคารจึงได้มีนโยบายขยายเครือข่ายทั้งในส่วน of สาขาและเครื่องให้บริการเงินด่วน อย่างต่อเนื่อง ทำให้ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ธนาคารสามารถรองความเป็นผู้นำในเครือข่าย ซึ่งไม่ว่าจะอยู่ที่ใดลูกค้าสามารถใช้บริการของธนาคารได้ทุกที่ ทุกเวลา สิ่งนี้นับเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเข้าถึงลูกค้าธนาคารได้มากยิ่งขึ้น⁷

⁶“ลดภาษีวิธีง่าย ๆ ประหยัดรวมล้าน 6 หมื่นไม่ต้องเสียภาษี,” การเงินธนาคาร (มีนาคม 2550):104.

⁷“อันดับ 1 เครือข่ายมากที่สุดในประเทศ,” รั่มโพธิ์ (มีนาคม – เมษายน 2550):4.

วิธีการเลือกทำเลที่ตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วน

การติดตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วน ธนาคารจะคำนึงคล้าย ๆ กับการตั้งสาขา คือต้องเป็นแหล่งชุมชนที่มีคนพลุกพล่านสังเกตเห็นง่ายไม่ใช่ว่าตั้งแล้วหลบมุมอยู่ข้างใน อันนี้ธนาคารไม่เลือกส่วนใหญ่ธนาคารจะตั้งตรงทางเข้า-ออก หัวมุมยังมีที่จอดรถด้วยยิ่งดีใหญ่ ส่วนเครื่องให้บริการเงินด่วน ธนาคารนับเป็นธนาคารแรกที่น่าเครื่องให้บริการเงินด่วน ให้เป็นช่องทางในการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลายและเป็นธนาคารแรกที่มีบริการรับชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ ด้วย Laser ATM ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการชำระค่าใช้จ่ายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบันเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารนับว่ามีความสะดวกและทันสมัยที่สุด ดังนั้นธนาคารจึงอยากรักษาภาพลักษณ์การเป็นผู้นำในด้านนี้อย่างต่อเนื่องโดยล่าสุดธนาคารได้เปิดเครื่องให้บริการเงินด่วนลำดับที่ 4,000 ที่ อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย และปีนี้ธนาคารยังมีแผนที่จะติดตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วนเพิ่มอีกเพื่อรักษาความเป็นผู้นำอีกด้วย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการขยายเครือข่ายสาขาและจุดบริการเครื่องให้บริการเงินด่วน

ธนาคารสามารถให้บริการลูกค้าได้สะดวกครอบคลุมทุกพื้นที่ สามารถเพิ่มปริมาณลูกค้าและการทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับธนาคารจากการขายผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน รวมทั้งค่าธรรมเนียมส่วนเครื่องให้บริการเงินด่วน นอกจากนี้จะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งการฝาก ถอน โอนเงิน ชำระสินค้าบริการต่าง ๆ แล้วยังเป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารที่ริเริ่มนำเครื่องให้บริการเงินด่วน เครื่องแรกเข้ามาให้บริการในประเทศไทยและปัจจุบันธนาคารยังคงรักษาความเป็นผู้นำในเรื่องนี้อีกด้วย ซึ่งในอนาคตอันใกล้ไม่เกิน 2 ปี ธนาคารมีเป้าหมายที่จะขยายเครือข่ายสาขาให้ครบ 1,000 สาขา ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายที่พวกธนาคารทุกคนต้องช่วยกันทำให้สำเร็จเพื่อสร้างความเป็นผู้นำในด้านเครือข่ายสาขาและจุดบริการให้บริการเงินด่วนของธนาคารตลอดไป⁸

ดร.วิชิต สุรพงษ์ชัย กล่าวว่า “ธนาคารเป็น Service Provider ธนาคารต้องดีใจพียให้ แต่กว่า คนต้องการความเร็วจากการใช้บริการ บริการด้วยใจมีความสะดวก ราคาถูกและอัธยาศัยดีให้ทั้ง 5 อย่างแล้วลูกค้าไม่มา ต้องพิจารณาตัวเองแล้ว ส่วนการลงทุนธนาคารก็ทำตาม

⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 5.

ยุทธศาสตร์ เพิ่มสาขา เพิ่มเครื่องให้บริการเงินด่วนลูกค้าก็สะดวก เพราะหากไม่ขยายสาขา ต่อให้โฆษณาว่าดีที่สุดใน แต่สาขาน้อยลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงได้ ก็ไม่มีประโยชน์⁹

ดังนั้น การที่ธนาคารเพิ่มช่องทางทั้งทางด้านเครื่องให้บริการเงินด่วนและ สาขาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนและด้วยผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเปิดรับข่าวสารของผลิตภัณฑ์มากที่สุด ช่องทางการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลากหลายวิธีแตกต่างกันไป ในปัจจุบันธนาคารไทยพาณิชย์มีเครื่องให้บริการเงินด่วน จำนวนมากกว่า 4,000 เครื่องโดยประมาณทั่วประเทศ ครอบคลุมทุกจุดมีเป็นแหล่งชุมชน และสถานที่สำคัญ รวมถึงห้างสรรพสินค้า ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นธนาคารที่มีเครื่องให้บริการเงินด่วนมากที่สุดในปัจจุบัน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารจึงเป็นที่น่าสนใจว่าผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน หลังจากเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารหลังจากได้ใช้บริการผ่านเครื่องแล้วและได้นำประชาสัมพันธ์ของธนาคารต่างนำไปพิจารณาในการประกอบการเลือกใช้และรับบริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไว้ 4 ประการคือ

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. เพื่อสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการใช้บริการกับการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของกลุ่มตัวอย่าง
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการใช้บริการกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของกลุ่มตัวอย่าง

⁹ “ทิศทางการเงินบาท 2007,” การเงินการธนาคาร (มกราคม 2550):107.

5. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการทั้งรูปแบบและบริการต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนที่มีระยะเวลาในการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2. ผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนที่มีระยะเวลาในการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. ผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนที่มีระยะเวลาในการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกันมีความพึงพอใจหลังจากใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

1.1 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

1.2 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

1.3 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

1.4 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับประเภทของบริการที่ใช้จากเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

2. ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

2.1 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับการเห็นข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

2.2 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งที่พบเห็นข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

2.3 ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับประเภทของข่าวสารข้อมูลที่พบเห็นผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์

3. ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจหลังจากใช้เครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องสำรวจการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ 4 ข้อคือ

1. ข้อมูลข่าวสารที่ทำการศึกษามุ่งเฉพาะข้อมูลข่าวสารจากเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อการเลือก ตัดสินใจของผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน

2. ระยะเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ระหว่าง เดือน มีนาคม – เมษายน 2550

3. พื้นที่ของการสำรวจ มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งตามพื้นที่ที่ตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วนของธนาคารไทยพาณิชย์ ร้านค้าสะดวกซื้อ เครื่องให้บริการเงินด่วนบริเวณสาขาของธนาคาร ห้างสรรพสินค้า และ อาคารสำนักงาน

4. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วนหรือลูกค้าธนาคารที่อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ใช้บริการเครื่องให้บริการเงินด่วน หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ทุกรายการ เช่น ถอน สอบถามยอดเงิน โอน ชำระค่าสินค้าและบริการ

ผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ หมายถึง ผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารทั้งที่เป็นระยะเวลาน้อยกว่า 5 ปีหรือ ลูกค้ายายใหม่ และ ผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารทั้งที่เป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปีหรือ ลูกค้ายายเก่า

เครื่องให้บริการเงินด่วน หมายถึง เครื่องบริการถอนเงินสดอัตโนมัติ หรือเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine) ซึ่งผู้ใช้บริการจะสามารถนำบัตรของธนาคารใดมาใช้กับเครื่องให้บริการเงินด่วนได้

พื้นที่ในการใช้บริการ หมายถึง ในการศึกษาคั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่การใช้บริการในบริเวณห้างสรรพสินค้า หน้าสาขาธนาคาร อาคารสำนักงาน สถานีขนส่ง ร้านค้าสะดวกซื้อ มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้าชายฝั่ง

พื้นที่ติดตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วน หมายถึง บริเวณที่ธนาคารได้คำนวณถึงรายได้ และพื้นที่ให้บริการเพื่อสะดวกต่อผู้ใช้บริการอย่างเต็มที่ ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่ติดตั้งเครื่องจะกระจายทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยคำนึงถึงจุดให้บริการที่ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น ห้างสรรพสินค้า แหล่งชุมชน ร้านสะดวกซื้อ

ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธุ์ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มักได้แก่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารที่ต้องการให้ผู้ใช้บริการสนใจ และ เลือกผลิตภัณฑ์ใช้และบริการของทางธนาคาร เช่น เทศกาลเงินฝาก ดอกเบี้ยสูง สินเชื่อที่อยู่อาศัย ได้รับของไฮเทค ลดใช้ใบบันทึกรายการ

การเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธุ์ หมายถึง ประเภทและเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ผู้ใช้บริการสนใจเปิดรับข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วนทุกเครื่อง

ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่ธนาคารต้องการเสนอให้ผู้ใช้บริการสนใจและรู้จักผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความน่าสนใจในช่วงเวลานั้น ๆ โดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เช่น สินเชื่อหมุนเวียน Speedy cash เงินฝากโบนัส การศึกษา PA Insurance ประกันสุขภาพ บัตรสุวรรณภูมิ

สินเชื่อหมุนเวียน Speedy cash หมายถึง บริการสินเชื่อหมุนเวียน Speedy Cash เป็นสินเชื่อส่วนบุคคลที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องมีบุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ทั้งนี้ธนาคารจะอนุมัติวงเงินให้ลูกค้าไว้ใช้จ่ายตามความต้องการ โดยลูกค้าสามารถเบิกถอนวงเงินดังกล่าวได้จากเครื่องให้บริการเงินด่วนหรือเครื่อง ATM POOL ทั่วประเทศ วงเงินนี้จะถูกลดลงเมื่อมีการเบิกถอน

และจะเพิ่มกลับไปเช่นเดิม (ในลักษณะเดียวกับวงเงินของบัตรเครดิต) เมื่อลูกค้าได้ชำระคืนยอดเงินที่เบิกถอนพร้อมกับดอกเบี้ยแล้ว โดยลูกค้าที่ใช้วงเงินเท่านั้นจะได้รับใบแจ้งยอดรายการ (Statement) จากธนาคารทุกเดือน¹⁰

การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงิน หมายถึง การตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) หลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนความต้องการ และคุณสมบัติที่เพียงพอให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่เหมาะสมและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุดกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

Laser ATM หมายถึง บริการเสกนบาร์โค้ดเพื่อชำระสินค้าและบริการด้วยเลเซอร์ ณ จุดตั้งเครื่องให้บริการเงินด่วนเฉพาะธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) หรือเรียกว่า เลเซอร์ไอชน

Wobblers หมายถึง อุปกรณ์ สื่อโฆษณาใช้เมื่อต้องการให้มีความโดดเด่น อุปกรณ์ชนิดนี้สามารถ ดึง โดด แกว่งไกวได้

ระบบสัมผัส (Touch screen) ของเครื่องให้บริการเงินด่วน หมายถึง ระบบที่ผู้ให้บริการสามารถสัมผัสผ่านหน้าจอเครื่องเพื่อทำรายการ

ตัวอักษรวิ่ง หมายถึง ตัวอักษรข้อมูลข่าวสารที่วิ่งผ่านหน้าจอเครื่องให้บริการเงินด่วน

Statement หมายถึง หลักฐานการเดินบัญชีผ่านธนาคาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ศึกษาคาดว่าผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเกิดประโยชน์สำคัญอย่างน้อย 3 ประการคือ

1. ทำให้ทราบถึงการเลือกรับและตัดสินใจของผู้ใช้บริการเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารผ่านเครื่องให้บริการเงินด่วน
2. สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประกอบการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารผ่าน

¹⁰ข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อ Speedy cash, “รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อ

Speedy cash,” <<http://web.scb.co.th/newintra2006/index/index.shtml>>, 18 มีนาคม 2551.

เครื่องให้บริการเงินด่วน ในแต่ละพื้นที่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดค่าใช้จ่าย และสร้างประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์แก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธนาคารสูงสุด

3. สำหรับผู้สนใจศึกษา คำนวณว่า ผู้ใช้บริการธนาคารและการเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารในอนาคต และเป็นประโยชน์ต่อการใช้เครื่องให้บริการเงินด่วน เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์