

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ต้องมีการปรับปรุงพัฒนาและเปลี่ยนแปลงการให้บริการด้วย โดยให้ความสำคัญในด้านการกลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้น ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด จากในอดีตที่ธนาคารพาณิชย์ต่างมุ่งเน้นด้านที่ให้บริการด้านการเงิน โดยไม่เข้าใจความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า โดยเอาธนาคารเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้ลูกค้าเข้าหาธนาคาร แต่ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้น ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centricity) รวมถึงการขยายสาขาธนาคาร และตู้บริการอัตโนมัติให้มาก เพื่อให้ลูกค้าติดต่อกับธนาคารได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ได้ทำการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในเชิงการแข่งขัน และมีโอกาสในสร้างผลตอบแทนในอนาคตแก่ธนาคารได้ จึงได้ทำการเลือกพื้นที่ในการตั้งสาขาที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ที่ต่างมุ่งเน้นในการขยายสาขาในห้างสรรพสินค้าให้มากขึ้น ซึ่งธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้ทำการเลือกที่จะขยายสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาไปในช่องทางอื่นๆ ที่มีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้านอกเหนือจากในห้างสรรพสินค้าเช่น สถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากทางธนาคารมุ่งเน้นในการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุม และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

เหตุผลที่สนใจเลือกศึกษาเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากถึงแม้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.จะเป็นช่องทางที่โดดเด่นและเข้าถึงได้ง่ายมีลูกค้ามาใช้บริการเติมน้ำมันในแต่ละวันจำนวนมาก แต่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ตั้งในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.นั้นกลับประสบปัญหาเรื่องจำนวนการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีจำนวนน้อย ดังนั้นจึงต้องการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวนน้อยและทราบถึงพฤติกรรมในการใช้บริการของลูกค้า (Gas Station Segment) และปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. โดยจะนำผลของการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง

ประสิทธิภาพในการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการใน
สถานบริการน้ำมัน ปตท.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ ศึกษาเกี่ยวกับศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้นาครากรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของลูกค้าในการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในด้านการบริการ และด้านการตลาดของนาครากรุงศรีอยุธยา โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการ ของนาครากรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 ชุด และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของนาครากรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 200 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม STATA รุ่น 10 ซึ่งเป็นโปรแกรมทางสถิติสำหรับการจัดการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น แบ่งออกเป็น 5 ด้าน

1. ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของนาครากรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการใช้บริการระหว่างสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และสาขาในห้างสรรพสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง
3. ข้อมูลการรับรู้และประสบการณ์ในการใช้บริการทั้งในช่องทางการให้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินของนาครากรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนาครากรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.
5. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจจากการใช้บริการนาครากรุงศรีอยุธยา ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และสาขาในห้างสรรพสินค้า

กรอบในการศึกษาจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการนาครากรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ได้แก่ เพศ, ระดับการศึกษา, สถานะทางสังคม, อาชีพ, ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่ทำงานถึงธนาคาร, วันที่นิยมเข้ามาใช้บริการธนาคาร, ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการของธนาคาร, การรับรู้เกี่ยวกับสาขานาครากรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ, การรับรู้ว่ามีสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. การรับรู้เรื่องการลงทุนทางการเงินที่สามารถทำในสาขานาครากรุงศรีอยุธยา ปตท. การรับรู้การเปิดให้บริการ

ดีกว่าสาขาทั่วไป, การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการมีสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และเหตุผลที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทาง

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่าพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่นิยมใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่นิยมมีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำนวน 1-2 บัญชี และกลุ่มตัวอย่างไม่นิยมใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา นอกเหนือจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีบัญชีธนาคารอื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงแทนการฝากเงินไว้ที่ธนาคารใดธนาคารหนึ่ง ก็จะเลือกฝากหลายธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่ที่นิยมมีบัญชีของธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือบัญชีธนาคารกสิกรไทย และอันดับสาม ได้แก่ การมีบัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ ด้วยเหตุผลที่ใช้บ่อยที่สุดเพราะธนาคารทั้งสามแห่งนั้น มีสาขาในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมาก ซึ่งทำให้สะดวกจึงเป็นเหตุผลสำคัญว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างจึงเลือกใช้บริการธนาคารที่มีจำนวนสาขามาก และประเภทธุรกรรมที่กลุ่มลูกค้านิยมมาใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่เป็นธุรกรรมประเภทการฝากเงิน, การถอนเงิน, การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ส่วนประเภทธุรกรรมที่มีความนิยมมาใช้บริการในปริมาณน้อย คือ สินเชื่อต่างๆ การประกันชีวิต การลงทุนในกองทุนต่างๆ และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สาเหตุที่กลุ่มลูกค้าได้เลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากใช้ระยะเวลาจากการเดินทางจากบ้านไปยังธนาคาร สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ไม่นานประมาณ 11- 30 นาที เพราะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางต่างๆ อาทิเช่น ใกล้บ้านและที่ทำงาน, เดินทางสะดวก รวมถึงการให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เหตุผลในการตัดสินใจมาใช้บริการที่นี่ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเรื่องของสถานที่ตั้งสาขา และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของสาขานั้นมีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ในเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงคือเรื่องของความเร็วในการให้บริการของพนักงานควรมีการปรับปรุง โดยอาจทำการพิจารณาจากเรื่องของความถนัดในการทำงาน, เรื่องของฝึกฝนทักษะในการทำงานและด้านประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อให้ส่งมอบบริการที่รวดเร็วและถูกต้องแม่นยำให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

จากผลการศึกษาศาสามารถสรุปพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา นอกเหนือจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีบัญชีธนาคารอื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงแทนการฝากเงินไว้ที่ธนาคารใดธนาคารหนึ่ง ก็จะเลือกฝากหลายๆธนาคาร โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบัญชีธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือบัญชีธนาคารกสิกรไทย และอันดับสามได้แก่บัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ เหตุผลที่ใช้บ่อยที่สุดเพราะธนาคารทั้งสามแห่งนี้ เพราะมีสาขาในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมาก ซึ่งทำให้สะดวกจึงเป็นเหตุผลสำคัญว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างจึงเลือกใช้บริการธนาคารที่มีจำนวนสาขามาก ซึ่งหากธนาคารกรุงศรีอยุธยายังคงมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าน้อยกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นๆ อาจจะมีผลทำให้ลูกค้ามีเปลี่ยนไปใช้ธนาคารอื่น ที่ได้รับความสะดวกสบายมากกว่า ประเภทธุรกรรมที่กลุ่มลูกค้านาคารกรุงศรีอยุธยานิยมมาใช้บริการห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่เป็นธุรกรรมประเภทการฝากเงิน, การถอนเงิน, การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ส่วนประเภทธุรกรรมที่มีความนิยมมาใช้บริการในปริมาณน้อยคือสินเชื่อต่างๆ การประกันชีวิต การลงทุนในกองทุนต่างๆ และรวมถึงการทำธุรกรรมประเภทการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงการหาที่จอดรถได้ง่าย ดังนั้น การที่จะให้ลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก สำหรับด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัจจัยในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้าง่าย และเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย, มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย, ความปลอดภัยในการให้บริการในยามค่ำคืน, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. แต่สิ่งที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมาก คือที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้าง่าย และเดินทางสะดวก, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 2 ประเด็นนี้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางไหนเป็นหลัก

การศึกษาครั้งนี้พบว่าปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้ปริมาณการทำธุรกรรมในสาขามีจำนวนน้อยและไม่ค่อยมีลูกค้ามาใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. สามารถสรุปประเด็นต่างๆได้ดังนี้ เรื่องของเวลาเปิดทำการของสาขาที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย, เรื่องวันในการเปิดให้บริการของสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เรื่องของการบริการของพนักงานในสาขาสถานบริการน้ำมัน ปตท. เรื่องของการรับรู้และการใช้บริการผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรมีการทำด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายทราบมากขึ้น นอกเหนือจากนี้ธนาคารควรมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้ามาช่องทางนี้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ปริมาณธุรกรรมในสาขาสถานบริการน้ำมัน ปตท. เพิ่มขึ้น นำไปสู่การทำให้ผลประกอบการของสาขาดีขึ้น