

การดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์

เกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่นั้น ยอมรับว่าลูกค้า เป็นผู้ที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยวางแผนและนโยบายการปฏิบัติทั้งหมดไปที่ลูกค้า นับตั้งแต่วาระแรกและสิ้นสุดลงที่ลูกค้า ดังนั้นกิจกรรมของธุรกิจจึงมุ่งไปที่ความต้องการของลูกค้าก่อน แล้วพยายามสนองความต้องการของลูกค้าให้เป็นที่พอใจโดยมีกำไรที่เหมาะสม

การประกอบการของธนาคารพาณิชย์ก็มีลักษณะ เช่นเดียวกับธุรกิจนั้น ธนาคารพาณิชย์เกือบทุกแห่งพยายามสรรหาบริการ เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน โดยหวังผลด้านกำไรอันจะเกิดจากปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ซึ่งธุรกิจหลักของธนาคารพาณิชย์ก็คือ การรับฝากเงิน การให้กู้ยืมเงินในรูปแบบต่าง ๆ และความพยายามในการนำเสนอบริการทางการเงินอื่น ๆ ของธนาคาร ความพยายามของธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้าได้ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันต้องแข่งขันกันมากยิ่งขึ้นทั้งกับธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน และสถาบันการเงินอื่น เช่น บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เป็นต้น ธนาคารพาณิชย์จึงต้องให้ความสนใจกับการนำแนวความคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจธนาคาร เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) เอาไว้ และพยายามเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากยิ่งขึ้น

การดำเนินงานด้านการตลาดที่สำคัญ คือ การสร้างส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถทำความพอใจให้กับผู้บริโภคและในขณะเดียวกันก็ทำกำไรให้ธุรกิจด้วย คำว่า "ส่วนผสมทางการตลาด" (Marketing Mix) หมายถึง ขอบเขตของกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และตอบสนองความพอใจให้กับตลาด ซึ่งประกอบด้วย 4 เรื่องใหญ่ ๆ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือที่มักเรียกกันว่า 4P's ในบทนี้จะได้กล่าวถึงส่วนผสมทางการตลาดของบริการโอนเงิน ณ จุดขาย



ผลิตภัณฑ์ (Product)

"ผลิตภัณฑ์" ในความหมายของธุรกิจบริการ ย่อมหมายถึงบริการที่ธุรกิจนั้น ๆ เสนอขายให้แก่ผู้บริโภคนั่นเอง สำหรับธุรกิจธนาคารพาณิชย์นั้นบริการ เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหลักของธนาคาร ธนาคารพาณิชย์ ไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กทุกแห่งพยายามสรรหาบริการเพื่อสนองความต้องการทางการเงินของประชาชนในทุกด้าน มีการคิดค้นบริการใหม่ ๆ และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาอำนวยความสะดวกทางการเงินให้แก่ประชาชนมากยิ่งขึ้น บริโภคโอนเงิน ฅ จุดขาย ก็เป็นบริการหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์นำมาให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ผู้ถือบัตร เอทีเอ็ม และบัตรเครดิตของธนาคาร ซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียดดังนี้

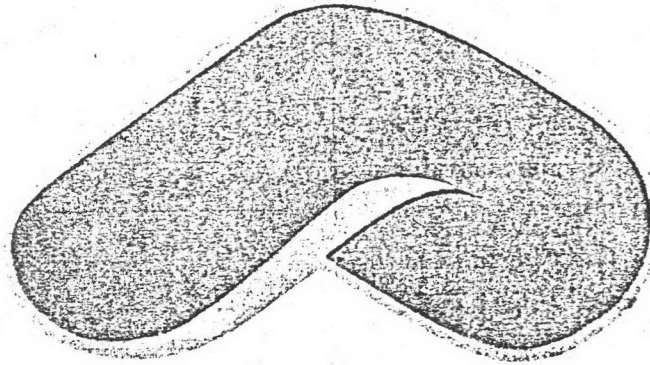
ชื่อบริการ

ชื่อของบริการโอนเงิน ฅ จุดขาย ที่เป็นที่ใช้กันในประเทศไทย มีหลายชื่อ ดังนี้

1. บริการโทรธนกิจ (Tele-Cash) ซึ่งเป็นชื่อบริการโอนเงิน ฅ จุดขายเดิมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
2. บริการการเงิน ฅ จุดขาย หรือ EFT.POS. (Electronic Fund Transfer at Point of Sale) ซึ่งเป็นชื่อบริการโอนเงิน ฅ จุดขายเดิมของธนาคารกรุงเทพ จำกัด
3. บริการชำระเงินอัตโนมัติ หรือ EFTPOS (Electronic Fund Transfer at Point of Sale) เป็นชื่อบริการโอนเงิน ฅ จุดขายของกลุ่มภาคีพีโอเอส (POS Pool) ของ 3 ธนาคาร คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2528 จนกระทั่งปัจจุบัน
4. POS (Point of Sale) เป็นชื่อเรียกบริการโอนเงิน ฅ จุดขาย อย่างย่อ ๆ เพื่อสะดวกและง่ายต่อการใช้

๒๐๑๖/๓๓๐๘, ๑๒๓/๒๕๖๓

เครื่องหมายของบริการ



เครื่องหมายที่ใช้ เป็นสัญลักษณ์ของบริการชำระ เงินอัตโนมัติ หรือภาคีพีไอเอสนั้น ได้มีการจัดประกวดคัดเลือกเครื่องหมาย โดย ผศ.ทรงคุณ อัครถาวร คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะกรรมการอีกหลายท่าน คัดเลือกแบบเครื่องหมายที่ส่งมาประมาณ 300 ชิ้น ให้เหลือ 3 ชิ้น แล้วเลือกมาเพียง 1 ชิ้น

ความหมายของโลโก้ หรือ เครื่องหมายนี้ เป็นรูปคล้ายหอยเบี้ยที่ใช้แทนเงินในสมัยโบราณ และคณะกรรมการได้เพิ่มเติมแบบด้วยการเพิ่มมุมแหลมเข้า 3 ด้าน กลายเป็นกรอบ 3 เหลี่ยม แล้วให้ความหมายเพิ่มขึ้นว่า เป็นองค์ประกอบ 3 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อ ผู้ขาย และธนาคาร

ลักษณะบริการ

บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เป็นการขยายการอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือบัตร เอทีเอ็ม และบัตรเครดิตของธนาคาร ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการของธนาคารมากขึ้น โดยแต่ละธนาคารได้นำระบบการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดขาย มาบริการลูกค้าผู้ถือบัตร ในหลายลักษณะ ดังนี้คือ

¹วารสารธุรกิจการเงิน 4(40) : 14.

1. การให้บริการชำระค่าสินค้า ค่าบริการ ณ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และโรงพยาบาล ร่วมกันของธนาคารกรุงเทพจำกัด ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด และธนาคารกสิกรไทย จำกัด

เนื่องจากการแข่งขันกันนำเอาเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมาให้บริการต่าง ๆ รวมทั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขายแก่ลูกค้าของธนาคารนั้นจะมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูง และต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด และธนาคารกสิกรไทยจำกัด จึงได้ตกลงร่วมมือกันให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในส่วนที่เป็นบริการโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการ เพื่อเป็นการสนองนโยบายของรัฐบาลในการที่จะให้ธนาคารพาณิชย์ประหยัดเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังทำให้ร้านค้าสามารถขยายพื้นที่การให้บริการแก่ประชาชนได้กว้างขวางคล่องตัวยิ่งขึ้น ลูกค้าก็ได้รับความสะดวกที่มีจุดใช้บริการมากขึ้น และปลอดภัยจากการไม่ต้องพกเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก ธนาคารได้รับประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน การให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายร่วมกัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2528 เป็นต้นมา ใช้ชื่อบริการ "บริการชำระเงินอัตโนมัติ (EFTPOS)" ทั้ง 3 ธนาคารที่ร่วมภาคีไอเอสนี้ได้ทำข้อตกลงระหว่างกันในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. จุดติดตั้งที่ตกลงจะให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายร่วมกัน คือ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และโรงพยาบาล ในกรณีที่จะเพิ่มประเภทของจุดติดตั้งของการให้บริการ เช่น ร้านค้าประเภทต่าง ๆ ก็แล้วแต่ข้อตกลงระหว่าง 3 ธนาคาร

2. ประเภทของบัตรที่ตกลงให้ใช้กับเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายร่วมกันได้ แบ่งตามธนาคาร คือ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	- บัตรบัวหลวง
	- AMERICAN EXPRESS CARD
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	- บัตรบริการเงินด่วนเอทีเอ็ม
	- VISA CARD ที่ออกให้โดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
	- MASTER CARD ที่ออกให้โดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด

- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด - บัตรเงินสดทันที
- บัตรเครดิตกสิกรไทย
 - VISA CARD ที่ออกให้โดยธนาคาร
กสิกรไทย จำกัด
 - MASTER CARD ที่ออกให้โดยธนาคาร
กสิกรไทย

3. ช่วงเวลาในการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น ทั้ง 3 ธนาคารตกลง
จัดให้บริการได้ตั้งแต่ 7.00 - 22.00 น. โดยไม่มีวันหยุดยกเว้นเกิดเหตุขัดข้อง หรือมีการ
เปลี่ยนแปลงกฎข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับเวลาการให้บริการ

สำหรับธนาคารในเครื่องข่ายเอทีเอ็มพูลที่จะ เข้าร่วมในการให้บริการโอนเงิน
ณ จุดขายนั้น ธนาคารหลักทั้ง 3 ข้างต้นได้ตกลงในหลักการว่าจะให้ธนาคารใหม่ที่ เข้ามาร่วมอยู่
ในความดูแลของธนาคารที่เป็นแกนนำในเอทีเอ็มพูล เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและเพื่อให้บริการ
เป็นไปอย่างทั่วถึง

วงเงินในการโอน เข้าบัญชีร้านค้า

จำนวนเงินที่ผู้ถือบัตรบัวหลวงของธนาคารกรุงเทพ จำกัด สามารถโอนจากบัญชี
ของตนไปเข้าบัญชีของร้านค้าหรือสถานบริการ เพื่อชำระค่าสินค้า/บริการ ธนาคารกำหนดวงเงิน
ไว้รายละไม่เกิน 32,000 บาทต่อวัน ต่อบัตร

ทั้งนี้หากผู้ถือบัตรได้ใช้ วงเงินในการถอนผ่านเครื่องเอทีเอ็มไปแล้วในวันนั้น
วงเงินในการโอน เข้าบัญชีร้านค้าจะต้องลดลงตามส่วน

จำนวนเงินที่ผู้ถือบัตรบริการเงินด่วนเอทีเอ็ม ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
สามารถโอนเข้าบัญชีร้านค้า เพื่อชำระค่าสินค้า ธนาคารกำหนดวงเงินไว้รายละไม่เกิน
20,000 บาทต่อวัน ต่อบัตร โดยไม่จำกัดครั้งในการโอน จำนวนเงินนี้ไม่รวมจำนวนเงินที่
ผู้ถือบัตรสามารถจะถอนได้จากเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ หรือ เอทีเอ็ม จำนวน 5,000
บาท ต่อวันด้วย และในกรณีที่เป็นบัตรเครดิต ผู้ถือบัตรสามารถใช้รูปบัตรเครดิต ผู้ถือบัตร
สามารถใช้ในรูปบัตรเครดิต หรือรายการ Authorized เพื่อเป็นการเช็คสอบบัตร และ

และควบคุมวงเงินที่ใช้เครดิตไปในตัวได้ ในวงเงินไม่เกินที่กำหนดไว้ระหว่างธนาคารกับร้านค้า และใช้ในลักษณะ เดบิตการ์ด คือตัดบัญชีในทันที โดยการทำการขาย (Sale) ได้อีกในวงเงิน 20,000 บาท/วัน/บัตร ซึ่งในกรณีนี้ผู้ถือบัตรต้องมีเงินอยู่ในบัญชีเพียงพอที่จะใช้ทำการขายด้วย

จำนวนเงินที่ผู้ถือบัตรเงินสดทันที ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด สามารถโอนเข้าบัญชีร้านค้า/สถานบริการ เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการนั้น ธนาคารได้กำหนดวงเงินสำหรับผู้ที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ด้วยบัตรเงินสดทันที เอทีเอ็ม ไว้รายละเอียดไม่เกิน 20,000 บาท ต่อวัน ต่อบัญชี

กรณีผู้ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ด้วยบัตรเครดิตกสิกรไทย VISA CARD และ MASTER CARD ที่ออกให้โดยธนาคารกสิกรไทย จำกัด ธนาคารกำหนดวงเงินในกรณีที่เกิดปุ่ม Authorize หรือใช้ในรูปบัตรเครดิตไว้รายละเอียดไม่เกิน 10,000 บาท ต่อวัน ต่อบัตร ตามแต่ข้อตกลงที่มีกับร้านค้า และในกรณีที่เกิดปุ่ม Sale หรือทำการขาย ผู้ถือบัตรจะสามารถโอนเงินได้อีกเพียง 20,000 บาทเท่านั้น แต่เครื่องจะตัดบัญชีผู้ถือบัตรโอนเงินเข้าบัญชีร้านค้า/สถานบริการในทันที ซึ่งกรณีนี้ผู้ถือบัตรจะต้องมีจำนวนเงินอยู่ในบัญชีด้วย

2. การให้บริการโอนเงินในลักษณะเคลื่อนที่

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ได้ให้บริการโอนเงินในลักษณะเคลื่อนที่นี้ โดยการไปติดตั้งเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นครั้งคราว เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าผู้ถือบัตรในการโอนชำระเงิน เช่น ไปติดตั้งตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อชำระค่าหน่วยกิตซึ่งมักเป็นเงินจำนวนมาก ผู้ถือบัตรจะได้รับความสะดวก ปลอดภัยจากการไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก สถาบันการศึกษานี้ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เป็นต้น

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ได้ให้บริการโอนเงินลักษณะเคลื่อนที่นี้ด้วยเช่นกัน โดยให้ชื่อว่า "บริการโทรธนกิจเคลื่อนที่" (Mobile Tele-Cash Services) เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าผู้ถือบัตรของธนาคารในการโอนชำระเงิน โดยสถานที่ที่ธนาคารไปติดตั้งเครื่องชั่วคราว ได้แก่ สถานศึกษาต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยรามคำแหง โรงเรียนกรุงเทพการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น และสถานที่มีงานแสดงต่าง ๆ เช่น งานแม่และเด็ก ที่เซ็นทรัลพลาซ่า เป็นต้น

ส่วนบริการโอนเงินในลักษณะ เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด กำลังอยู่ในระหว่าง
ดำเนินการ คาดว่าจะให้บริการที่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และ ABAC เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีธนาคารทหารไทยจำกัด ที่ให้บริการลักษณะนี้ ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
และมหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นต้น

บริการลักษณะดังกล่าวนี้ต้องแจ้งให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้าอย่างน้อย
7 วัน และสามารถให้บริการได้ตั้งแต่เวลา 7.00 น. - 22.00 น.

3. การให้บริการถอนเงินสดในต่างจังหวัด

เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ตระหนักถึงความสะดวก ความปลอดภัยของลูกค้าของธนาคาร
ในระหว่างเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือทำธุรกิจในบางจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจ
นั้นจะได้ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวไปต่างจังหวัดจำนวนมาก ธนาคารจึงได้ขยายการอำนวยความสะดวกให้
ลูกค้าผู้ถือบัตรเอทีเอ็มสามารถถอนเงินสดได้จากสาขาที่ติดตั้งเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย ณ จังหวัด
นั้น ๆ ได้ทันที โดยขณะนี้ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มีบริการนี้ที่สาขาจันทบุรี ธนาคารไทยพาณิชย์
จำกัด มีที่ 6 สาขาต่างจังหวัด คือ สาขาอุดรธานี สาขาขอนแก่น สาขาพิษณุโลก สาขาภูเก็ต
สาขาสุราษฎร์ธานี และสาขาหาดใหญ่ ผู้ถือบัตรเอทีเอ็มในกรุงเทพฯ และชลบุรี สามารถเบิกเงิน
ใน 6 สาขานี้ได้ และธนาคารกสิกรไทยจำกัด มีที่สาขาลพบุรี หัวหิน และนครราชสีมา

กรณีที่สาขาของธนาคารติดตั้งเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย เพื่อให้บริการถอนเงินสดนี้
จะให้บริการภายในเวลาทำการปกติของธนาคารเท่านั้น

วงเงินในการถอนเงินสด

จำนวนเงินที่ผู้ถือบัตรบัตรหลวงของธนาคารกรุงเทพจำกัด สามารถถอนรวมถึงการโอน
จากบัญชีผู้ถือบัตรเข้าบัญชีของบุคคลอื่น ซึ่งถือเสมือนหนึ่งเป็นการถอนด้วยนั้น ธนาคารกำหนดให้
ลูกค้าผ่านเครื่อง POS terminal และเครื่องเอทีเอ็ม ในวงเงินรวมรายละไม่เกิน
10,000 บาท ต่อวันต่อบัตร โดยธนาคารคิดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าโทรศัพท์ทางไกลในอัตรา 3
นาทีแรกของแต่ละท้องถิ่น

จำนวนเงินที่ผู้ถือบัตร เอทีเอ็มของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด สามารถเบิกเงินสดได้ตามสาขาของธนาคารที่มีเครื่อง POS Terminal กำหนดวงเงินไว้รายละไม่เกิน 20,000 บาทต่อวันต่อบัญชี โดยไม่จำกัดครั้ง

ธนาคารคิดค่าใช้จ่ายแก่ผู้ถือบัตร โดยคิดค่าโทรศัพท์ทางไกล 1 นาที ณ จุดที่ตั้งบริการตามอัตราขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และไม่มีค่าธรรมเนียมในกรณีที่เบิกต่ำกว่า 5,000 บาท หากเบิกเกินกว่า 5,000 บาท จะเสียค่าธรรมเนียมในอัตรา 10,000 บาท ละ 5 บาท

ประเภทของบัญชี

ประเภทของบัญชีที่ผู้ถือบัตรสามารถใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ของธนาคารทั้ง 3 แห่ง คือ

1. บัญชีออมทรัพย์
2. บัญชีเดินสะพัด

ราคา (Price)

ราคาเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาด ราคาทำให้เกิดรายได้จากการขายส่วนผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายและการจัดช่องทางการจำหน่ายเป็นต้นทุน ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม การตั้งราคาสูงหรือต่ำเกินไปจะมีผลถึงกำไรของธุรกิจและคู่แข่งที่จะเข้ามาในตลาด แต่ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่ประกอบธุรกิจด้านการเงินนั้น หลักการด้านราคาจะได้แก่ อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้บริการ ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินให้กู้ยืมไม่สามารถเคลื่อนไหวได้โดยเสรี เพราะมีเพดานสูงสุดในการรับหรือจ่ายอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้โดยธนาคารแห่งประเทศไทย การแข่งขันด้านอัตราดอกเบี้ยจึงมีอยู่ค่อนข้างจำกัด เพราะปกติธนาคารพาณิชย์จะคิดดอกเบี้ยเงินฝากและเงินให้กู้ยืมชนเพดานอยู่แล้ว นอกจากในบางครั้งที่ธนาคารพาณิชย์มีสภาพคล่องส่วนเกินอยู่มาก ทำให้ธนาคารพาณิชย์บางแห่งลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินให้กู้ยืมลง เพื่อชะลอเงินฝากและขยายการให้กู้ยืมในขณะที่บางธนาคารอาจยังคงคิดอัตราดอกเบี้ยเท่าเดิมเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดของคนไว้

สำหรับค่าธรรมเนียมการใช้บริการนั้น กฎหมายมิได้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไว้ ธนาคารพาณิชย์จึงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมตามประเพณีที่เคยยึดถือปฏิบัติมา แต่ตามหลักการตลาดแล้ว การลดอัตราค่าธรรมเนียมหรือไม่คิดอัตราค่าธรรมเนียมนั้น ย่อมมีผลทำให้ลูกค้านิยมใช้บริการของธนาคารมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม บริการใดที่ธนาคารพาณิชย์เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้บริการจากลูกค้าสูง ลูกค้าก็มักไม่นิยมใช้บริการดังกล่าว

ในกรณีของบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในปัจจุบันนี้การให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ธนาคารพาณิชย์หวังที่จะส่งเสริมบริการดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย จึงยังไม่คิดค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมใด ๆ จากผู้ใช้บริการ เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งในอนาคตต่อไป เมื่อมีผู้มาใช้บริการมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลง โดยมีการคิดค่าธรรมเนียมจากลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่าย ทั้งนี้การกำหนดราคาของบริการจะ เปลี่ยนแปลงหรือ เป็นไปได้มากน้อยเพียงใดนั้น จะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่อไปนี้

1. คุณภาพของบริการ
2. ความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ
3. คุณค่าของบริการในสายตาของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ

ในปัจจุบันการตั้งราคาเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในส่วนของลูกค้าไม่มีการคิดค่าบริการ แต่ผู้ที่สามารถใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายได้นั้น จะต้องเป็นผู้ถือบัตรบริการเงิน-ด่วนเอทีเอ็ม หรือบัตรเครดิต หรือบัตรวีซ่า หรือบัตรมาสเตอร์ ของธนาคารทั้ง 3 แห่งดังกล่าว ส่วนลูกค้าเดิมที่มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์-สะสมทรัพย์ หรือประเภทกระแสรายวัน-เดินสะพัดกับธนาคารอยู่แล้ว ก็สามารถที่จะขอใช้บริการบัตรต่าง ๆ ของธนาคารเพื่อนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายได้

ต้นทุนการใช้เครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ต้นทุน ในที่นี้หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ถึงแม้ว่าในขณะนี้จะยังไม่มีการกำหนดอัตราค่าบริการขึ้นก็ตาม แต่ในอนาคตอาจเป็นไปได้ที่ธนาคารพาณิชย์จะต้องคำนึงถึงเรื่องต้นทุน เมื่อมีผู้นิยมใช้บริการมากขึ้น และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อการนี้สูงขึ้นมาก ดังนั้นจึง

ควรที่จะได้พิจารณาถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นในการให้บริการดังกล่าว ซึ่งในปัจจุบันผู้ที่มีส่วนรับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมดนี้ คือ ธนาคารพาณิชย์และร้านค้าที่ติดตั้งบริการ

ต้นทุนในส่วนที่ร้านค้าต้องรับผิดชอบ มีดังนี้ คือ

- ค่าเช่า lease line ซึ่งเป็นสายโทรศัพท์ที่ใช้ในการส่งผ่านข้อมูลระหว่างธนาคารพาณิชย์และร้านค้า เป็นสายโทรศัพท์ที่เช่าจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเป็นรายเดือน โดยคิดตามชุมสายโทรศัพท์ ถ้าผ่าน 1 ชุมสาย จะเสียค่าเช่า 1,000 บาทต่อเดือน ถ้าต้องผ่าน 2 ชุมสาย จะเสียค่าเช่า สาย 2,000 บาทต่อเดือน ถ้าผ่านตั้งแต่ 3 ชุมสายขึ้นไป จะเสียค่าเช่า 3,000 บาทต่อเดือน โดยถืออัตรา 3,000 บาทเป็นอัตราสูงที่สุด
- ค่าติดตั้ง Lease line ในครั้งแรกที่มีการติดตั้งสายเพื่อเชื่อมระหว่างธนาคารกับร้านค้า ร้านค้าต้องเสียค่าติดตั้งเป็นเงิน 10,000 บาทให้กับองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
- ค่าเดินสายภายในร้านค้า ธนาคารพาณิชย์ถือเป็นหน้าที่ของร้านค้าเองที่จะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ ทั้งนี้เพราะเป็นการเดินสายภายในร้านค้าเอง ร้านค้าเป็นผู้กำหนดจุดติดตั้งเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายไว้ตามแผนกต่าง ๆ เอง และร้านค้าทุกแห่งก็มีช่างของตนเองที่ทราบแผนผังภายในร้านเป็นอย่างดี ดังนั้น จึงไม่เป็นการเพิ่มภาระมากนัก ถ้าร้านค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายจ้างช่าง เป็นรายเดือนอยู่แล้ว
- ค่าเช่าเครื่อง Terminal POS. หรือเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย FT 10 นั้นเอง ในโครงการ POS POOL ได้กำหนดให้คิดค่าเช่าเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย เมื่อบัตรของ 3 ธนาคารไปใช้กับเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย เครื่องใดเครื่องหนึ่งของธนาคารใดก็ตาม ธนาคาร คิดค่าเช่า 3% ของยอดขาย โดยจำนวนเงินค่าเช่าสูงสุดจะคิดไม่เกิน 2,500 บาท/เดือน/เครื่อง และจำนวนเงินต่ำสุดไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท/เดือน/เครื่อง โดยรายได้ทั้งหมดธนาคารทั้ง 3 แห่งจะนำมาแบ่งเท่า ๆ กัน

ต้นทุนในส่วนที่ธนาคารพาณิชย์จะต้องรับผิดชอบ คือ

- ต้นทุนในการซื้อเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย ราคาประมาณ 100,000 บาท/
เครื่อง โดยธนาคารพาณิชย์ทั้ง 3 แห่ง ร่วมกันซื้อเครื่องธนาคารละ 45 เครื่อง ในปัจจุบัน
(พฤษภาคม 2529)

- ค่าเสื่อมราคา

- ค่าบำรุงรักษาและค่าซ่อมแซม

- ค่าอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้แก่ Sales Slip

ช่องทางการจำหน่าย (Place)

โดยทั่วไปช่องทางการจำหน่ายสำหรับธุรกิจนี้ได้หลายทาง อาทิ จากผู้ผลิตไปยังพ่อค้าส่งแล้วมายังพ่อค้าปลีก ต่อจากนั้นจึงมาถึงผู้บริโภค หรือจากผู้ผลิตมายังผู้บริโภคโดยตรง เป็นต้น แต่ธนาคารพาณิชย์มีช่องทางการจำหน่ายเพียงระดับเดียว คือ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือจำหน่ายบริการให้แก่ผู้รับบริการโดยตรง เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ลักษณะของบริการจะแยกออกจากผู้ขายไม่ได้ บริการจึงไม่สามารถมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายโดยคนกลางได้เหมือนสินค้าทั่ว ๆ ไป ลูกค้าซึ่งเป็นผู้รับบริการจะต้องเข้ามายังที่ให้บริการ เพื่อรับบริการโดยตรง โดยผู้ให้บริการจะออกโฆษณา แจงข่าว หรือชักชวนให้ผู้บริโภครู้จักในบริการและ เกิดความสนใจ เข้าใช้บริการนั้น ๆ

สำหรับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ซึ่งเป็นบริการหนึ่งของธนาคารพาณิชย์นั้น เป็นบริการที่ผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแต่อย่างใด ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้ทุกแห่งที่มีเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายติดตั้งอยู่ โดยธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการก็ได้คำนึงถึงประโยชน์และความสะดวกสบายของลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ โดยได้พยายามกระจายเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายไปตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ลูกค้ายักจะมีการชำระเงินอยู่เสมอ เพื่อให้บริการดังกล่าวนี้สามารถให้ประโยชน์ในการโอนเงินได้อย่างเต็มที่ โดยในระยะแรกนี้ได้ติดตั้งเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายไว้ทั้งหมด จำนวน 135 เครื่องในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และโรงพยาบาลต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในโครงการภาคีทีไอเอส นอกจากนี้ บางธนาคารยังให้บริการตามสาขาของธนาคารในต่างจังหวัดอีกด้วย

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายที่ธนาคารนำไปติดตั้ง

ประเภทกิจการ	จำนวน เครื่อง
1. ห้างสรรพสินค้า	107
2. โรงพยาบาล	2
3. ซูเปอร์มาร์เก็ต	4
กำลังดำเนินการ	22
รวม	135

ที่มา: ทั้ง 3 ธนาคารตกลงว่าจะทำการติดตั้งในระยะแรก ธนาคารละ 45 เครื่อง (ข้อมูลเดือนพฤษภาคม 2529)

สถานที่ติดตั้งเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย



ประเภทกิจการห้างสรรพสินค้า

- 1) ห้างเซ็นทรัล ลาดพร้าว 10 เครื่อง
 - ชั้น 1 ที่แผนกเสื้อผ้าชาย, เสื้อชุดสตรี, กระเป๋าสตรี, เครื่องสำอาง, ซุปเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 2 ที่แผนกเครื่องกีฬา, ของใช้เด็กอ่อน, ของเล่นเด็ก
- 2) ห้างเซ็นทรัล ชิดลม 5 เครื่อง
 - ชั้น 1 ที่แผนกน้ำหอม, ซุปเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อผ้าชาย
 - ชั้น 3 ที่แผนกหนังสือ
 - ชั้น 4 ที่แผนกแผ่นเสียง
- 3) ห้างเซ็นทรัล สีลม 5 เครื่อง
 - ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องสำอาง, สินค้าเบ็ดเตล็ด
 - ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อชุดสตรี
 - ชั้น 3 ที่แผนกเครื่องเสียง
 - ชั้น 4 ที่แผนกผ้าขนหนู
- 4) ห้างเซ็นทรัล ลาดหญ้า 5 เครื่อง
 - ชั้น 1 ที่แผนกเสื้อผ้าวัยรุ่น
 - ชั้น 2 ที่แผนกผ้าขนหนู
 - ชั้น 3 ที่แผนกของเล่นเด็ก
 - ชั้นที่ 5 ที่แผนกเครื่องเสียง
- 5) ห้างเซ็นทรัล วังบูรพา 3 เครื่อง
 - ชั้น 1 ที่แผนกรองเท้าสตรี
 - ชั้น 2 ที่แผนกยีนส์
 - ชั้น 3 ที่แผนกซุปเปอร์มาร์เก็ต

- 6) ห้างโรบินสัน ราชดำริ 6 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่เคาท์เตอร์ประชาสัมพันธ์
 - ชั้น 2 ที่แผนกชุดชั้นในสตรี
 - ชั้น 3 ที่แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต 3 จุด
 - อาหารสด, แคชเชียร์ ช่องที่ 5, ฝากของ
 - ชั้น 4 ที่แผนกเครื่องไฟฟ้า
- 7) ห้างโรบินสัน สีลม 7 เครื่อง
- ชั้น BF ที่แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต, หน้าแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น GF หน้า NODDLE GARDEN
 - ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องหนัง
 - ชั้น 2 ที่แผนกบุติกสตรี
 - ชั้น 3 ที่แผนกกีฬาซีพ
 - ชั้น 4 ที่แผนกเพลย์แลนด์
- 8) ห้างโรบินสัน อนุสาวรีย์ 4 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกรองเท้า, เสื้อผ้าชาย
 - ชั้นลอย ที่แผนกชุดชั้นในสตรี
 - ชั้น 2 ที่แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต
- 9) ห้างเมอร์รี่คิงส์ วงเวียนใหญ่ 5 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องสำอาง, เครื่องหนัง
 - ชั้น 2 ที่แผนกผ้าขนหนู
 - ชั้น 3 ที่แผนกเครื่องเขียน
 - ชั้น 4 ที่แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต
- 10) ห้างเมอร์รี่คิงส์ วังบูรพา 4 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 2 ที่แผนกเครื่องแก้ว 1 เซรามิก
 - ชั้น 3 ที่แผนกเสื้อผ้าเด็ก
 - ชั้น 4 ที่แผนกเครื่องหนัง

- 11)* เมอร์รี่คิงส์ สะพานควาย 3 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกเซ็ดชาย
 - ชั้น 2 ที่แผนกเครื่องประดับสตรี
 - ชั้น 3 ที่แผนกเครื่องกีฬา
- 12) ไทยโตมารู ราชดำริ 5 เครื่อง
- ชั้นใต้ดิน ที่แผนกซูบเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องหนัง
 - ชั้น 2 ที่แผนกยีนส์ บุติกสตรี
 - ชั้น 3 ที่แผนกสินค้าไทย
- 13) ไทยโตมารู พระโขนง 2 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกซูบเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 2 ที่แผนกบุติกสตรี
- 14) เดอะมอลล์ รามคำแหง 5 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกกระเป๋าสตรี, รองเท้าสตรี, ซูบเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อผ้าเด็ก, หนังสือ
- 15) เดอะมอลล์ ราชดำริ 1 เครื่อง
- ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อผ้าชาย
- 16) เวลโก้ ดีพาร์ทเมนต์สโตร์ 4 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องประดับสตรี, ซูบเปอร์มาร์เก็ต
 - ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อผ้าชาย
 - ชั้น 3 ที่แผนกเสื้อผ้าเด็ก
- 17) ไทควิว ห้างสรรพสินค้า 5 เครื่อง
- ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องประดับสตรี
 - ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อผ้าสตรี
 - ชั้น 3 ที่แผนกเสื้อผ้าชาย
 - ชั้น 4 ที่แผนกเครื่องครัว ซูบเปอร์มาร์เก็ต

*ปัจจุบันได้โดนไฟไหม้ไปแล้ว

- 18) โซโก้ 5 เครื่อง
 ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องหนัง
 ชั้น 2 ที่แผนกเสื้อผ้าสตรี
 ชั้น 3 ที่แผนกยีนส์
 ชั้น 4 ที่แผนกเครื่องเสียง, ซุปเปอร์มาร์เก็ต
- 19) สยามจัสโก้ 4 เครื่อง
 ชั้น 1 ที่แผนกบุติกสตรี, ซุปเปอร์มาร์เก็ต
 ชั้น 2 ที่แผนกรองเท้าสตรี
 ชั้น 3 ที่แผนกนาฬิกา
- 20) บิ๊กเบลส์ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ 4 เครื่อง
 ชั้น 1 ที่แผนกเครื่องประดับสตรี, ซุปเปอร์มาร์เก็ต
 ชั้น 2 ที่แผนกยีนส์
 ชั้น 3 ที่แผนกเครื่องกีฬา
- 21) ท้างพาด้า ปีนเกล้า 5 เครื่อง
 ชั้นใต้ดิน ที่แผนกซุปเปอร์มาร์เก็ต
 ชั้น 1 ที่แผนกของที่ระลึก
 ชั้น 2 ที่แผนกจัดรายการ
- 22) นิวเวิลด์ บางลำภู 5 เครื่อง
 ชั้น 1 ที่แผนกประชาสัมพันธ์
 ชั้น 2 ที่แผนกเครื่องประดับสตรี, เครื่องหนังสตรี
 ชั้น 3 ที่แผนกยีนส์
 ชั้น 4 ที่แผนกโบนัสนพลาซ่า
- 23) ท้างแก้วฟ้า บางลำภู 1 เครื่อง
 ชั้น 1 ที่แผนกยีนส์
- 24) ท้างบางลำภูสรรพลินค้า 2 เครื่อง
 ชั้น 1 ที่แผนกซุปเปอร์มาร์เก็ต, แผนกบัตรคินก่าไร

- 25) ห้างค้าเธย์ เขาวราช 1 เครื่อง
ชั้น 1 ที่แผนกประชาสัมพันธ์
- 26) ห้างค้าเธย์ วงเวียนใหญ่ 1 เครื่อง
ชั้น 1 ที่แผนกซูปเปอร์มาร์เก็ต
- 27) อาเชียน ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ 3 เครื่อง
ชั้น 2 ที่แผนกประชาสัมพันธ์, เสื้อผ้าชาย
ชั้น 3 ที่แผนกเครื่องกีฬา

ประเภทกิจการ ซุปเปอร์มาร์เก็ต

- 1) มาตรฐานครองซุปเปอร์มาร์เก็ต 1 เครื่อง
- 2) วิลล่าร์ซุปเปอร์มาร์เก็ต 1 เครื่อง
- 3) ยูเอฟเอ็ม ฟูลิ ซูเปอร์ 1 เครื่อง

ประเภทกิจการโรงพยาบาลเอกชน

- 1) โรงพยาบาลเปาโล
ชั้น 1 ที่แผนกการเงิน คนไข้นอก
- 2) โรงพยาบาลกรุงเทพคริสเตียน
ชั้น 1 ที่แผนกการเงินคนไข้ใน

ในปัจจุบัน (เดือนมิถุนายน 2529) ได้มีบิมน้ำมันหลายสิบแห่งในกรุงเทพฯ ส่งตัวแทนเจรจากับกลุ่มภาคีทีโอเอส ขอติดตั้งเทอร์มินัลทีโอเอส หรือเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายตามบิมน้ำมัน เพื่อให้บริการกับลูกค้าที่มีบัตรเอทีเอ็มอยู่แล้วได้รับความสะดวกยิ่งขึ้นในการชำระเงินค่าเติมน้ำมันหรือค่าบริการอื่น ๆ ของบิมน เช่นเดียวกับการจ่ายเงินค่าซื้อสินค้าและบริการตามห้างสรรพสินค้าและโรงพยาบาลต่าง ๆ ซึ่งในขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินการ



การส่งเสริมการขาย (Promotion)

การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นส่วนผสมทางการตลาดอีกอันหนึ่งที่มีความสำคัญ ที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยทั่วไป การส่งเสริมการขายมีเป้าหมายที่สำคัญ ๆ อยู่ 2 ประการ คือ²

1. เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมและความคิด (Modify Behavior and Thoughts)
2. เพื่อ เสริมให้พฤติกรรมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความมั่นคงไม่เปลี่ยนแปลง (Reinforce Existing Behavior)

ส่วนผสมของการส่งเสริมการขาย (Promotion Mix) นั้น มีอยู่ 4 อย่างคือ

1. การโฆษณา (Advertising)
2. การขายโดยบุคคล (Personal Selling)
3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
4. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ในที่นี้จะกล่าวถึงส่วนผสมของการส่งเสริมการขายของบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ทีละด้าน ดังนี้

1. การโฆษณา

การโฆษณา หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล เสียค่าตอบแทนผ่านไปยังสื่อต่าง ๆ กระทำโดยบริษัทธุรกิจ องค์กรที่ไม่ได้หวังผลกำไร หรือบุคคลซึ่งในทางหนึ่งทางใดระบุชื่อของตนไว้ในข้อความ โฆษณานั้น และเป็นผู้ที่หวังจะบอกข้อความ หรือชักชวนด้วยข้อความดังกล่าวไปยังกลุ่มผู้รับฟังข้อความนั้น โดยเฉพาะ³

² ธงชัย สันติวงษ์, การตลาดสำหรับนักบริหาร (กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์, 2528) หน้า 282.

³ ปรีญา วอนขอพร และคณะ, หลักการตลาด (กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา 2525) หน้า 261.

ปัจจุบัน นอกจากธนาคารพาณิชย์จะนิยมใช้การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธนาคาร เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจในธนาคารให้แก่ลูกค้าแล้ว ธนาคารพาณิชย์ยังใช้การโฆษณาเพื่อแนะนำบริการใหม่ ๆ ของธนาคารอีกด้วย บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ก็เป็นบริการใหม่บริการหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์ทำการโฆษณาผ่านสื่อหลายประเภท ซึ่งในระยะแรกที่ยังไม่มีการร่วมภาคีพีไอเอสก็เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ แต่เมื่อร่วมภาคีพีไอเอสกันแล้วก็ทำการโฆษณาออกมาในลักษณะรวมของทั้ง 3 ธนาคาร ในแง่ที่ผู้ถือบัตรเอทีเอ็มและบัตรเครดิตของทั้ง 3 ธนาคารสามารถนำบัตรของตนไปใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายตามสถานที่ติดตั้งเครื่องในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และโรงพยาบาลต่าง ๆ ทุกแห่ง

สื่อที่ธนาคารพาณิชย์ใช้ในการโฆษณาดิจิทัลบริการโอนเงิน ณ จุดขายในขณะนี้ ได้แก่

ใบปลิว (Leaflets) มักนิยมใช้เฉพาะในช่วงที่มีการให้บริการพิเศษในลักษณะเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เพื่อโฆษณาชักชวนให้ใช้บริการ เช่น ใบปลิวโฆษณาแจ้งให้ทราบว่าจะมีการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ที่สถานศึกษาหนึ่ง ๆ ในระหว่างวันที่เท่าไร

แผ่นพับ (Folders) แนะนำบริการโอนเงิน ณ จุดขายที่มีในกรุงเทพฯ และสาขาค้างจังหวัด

โปสเตอร์ ภายในธนาคารและห้างสรรพสินค้า

สิ่งอื่น ๆ เช่น Mobile และกล่องไฟแขวนภายในห้างสรรพสินค้าด้วย

นอกจากนี้ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ยังมีการโฆษณาผ่านจอภาพของเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ หรือเอทีเอ็ม และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มีการโฆษณาผ่านด้านหลังของบัตรบันทึกรายการที่ลูกค้าจะได้รับหลังจากใช้เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติอีกด้วย

2. การขายโดยบุคคล

การใช้ตัวบุคคลเข้ามาทำการส่งเสริมนั้น เป็นวิถีทางอีกทางหนึ่งของการส่งเสริมการตลาด สินค้าและบริการบางอย่างใช้การโฆษณาเพียงอย่างเดียวอาจไม่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจขึ้นได้ ก็อาจจะต้องใช้พนักงานขายเข้าช่วยอีกแรงหนึ่ง การใช้พนักงานขายทำให้การส่งเสริมสามารถปรับให้เข้ากับสภาวะของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพราะพนักงานขายจะต้องพบกับปฏิภพ

โต้ตอบของลูกค้า อีกทั้งการใช้พนักงานขายสามารถทำให้การซื้อเกิดขึ้นได้ เพราะการใช้สื่อกลางอื่น ๆ อาจช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการแต่ยังไม่เกิดการซื้อ แต่การใช้พนักงานขาย เมื่อพนักงานขายได้แนะนำและกระตุ้นความต้องการได้แล้ว เขาก็สามารถปฏิบัติหน้าที่ทางการขายได้ในเวลานั้นเลย⁴

สำหรับการใช้พนักงานขายหรือการขายโดยบุคคลของบริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น พนักงานของร้านค้าจะเป็นผู้ชักชวนและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดการใช้บริการในเวลานั้น และพนักงานธนาคารจะเป็นผู้ที่ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าและเชิญชวนให้ใช้บริการ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตลอดจนรายละเอียดอื่น ๆ

3. การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโดยองค์การใดขององค์การหนึ่ง เช่น วิทยู หนังสือพิมพ์ หรือโทรทัศน์ โดยบริษัท เจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ จากการเสนอข่าวนั้น เนื่องจากบริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อมเป็นที่สนใจแก่บุคคลในสังคม ซึ่งหน่วยราชการหรือสื่อมวลชนถือว่าจะต้องให้ข่าวธุรกิจแก่ประชาชนที่สนใจได้ทราบ⁵

บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เป็นบริการใหม่บริการหนึ่งของธนาคารพาณิชย์ที่เป็นที่น่าสนใจได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในรูปของการเสนอข่าวการเปิดบริการ การลงนามเซ็นสัญญาตกลงให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายร่วมกันของธนาคารพาณิชย์ และการให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการเป็นต้น (ดูตัวอย่างในภาคผนวก ข.) เช่น

นิตยสาร และวารสาร ได้แก่ การเงินธนาคาร ดอกเบี้ย บริหารธุรกิจ คู่แข่ง วารสารของธนาคาร เป็นต้น

⁴ จุฑา เทียนไทย พื้นฐานการตลาด (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520) หน้า 112.

⁵ ผศ.ศิริวรรณ สัญชานนท์, การจัดการตลาด (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2525) หน้า 281.

หนังสือพิมพ์ มักจะลงในหนังสือพิมพ์ราย 3 วัน หรือรายสัปดาห์ เช่น ประชาชาติธุรกิจ บิสซิเนสทวิค เป็นต้น หรือหนังสือพิมพ์รายวัน

โทรทัศน์ ในรูปของการเสนอข่าว และการลงนามเซ็นสัญญาระหว่างธนาคารต่าง ๆ

4. การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย ตามความหมายที่สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association/AMP) ให้ความหมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ กระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและกิจกรรมที่กระตุ้นให้ร้านค้าทำการขายอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกเหนือจากกิจกรรมการขายโดยบุคคล การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างกิจกรรม เหล่านี้ ได้แก่ การแสดงสินค้า การสาธิตวิธีการใช้สินค้า และความพยายามในการขายแบบ ต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากกิจกรรมการดำเนินงานตามปกติ⁶

สำหรับบริการโอนเงิน ณ จุดขายในปัจจุบันยังไม่มี การส่งเสริมการขายแต่อย่างใด

⁶วรวรรณ ชลนภาสถิตย์, การบริหารการตลาด (กรุงเทพฯ : ฝ่ายการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2527) หน้า 731.