

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้วิจัย นางมนทิรา เพ็ชรพิทยากุล ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต อาจารย์ที่ปรึกษา (1)
อาจารย์ ดร. ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ (2) รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม ปีการศึกษา 2545

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพ-มหานคร โดยศึกษาจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการเลือกถือบัตร ATM ปัจจัยที่นำมาใช้ศึกษาในครั้งนี้มี 3 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพ-มหานคร มากที่สุดคือ อาชีพ รองลงมาคือ ระดับการศึกษา ความสะดวกในการให้บริการ บริการเสริมที่ใช้กับบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รายได้ และทรัพย์สินที่ถือครองตามลำดับ ซึ่งปัจจัยด้านอาชีพ ระดับการศึกษา ความสะดวกในการให้บริการ บริการเสริมที่ใช้กับบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และรายได้ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM เป็นไปในทิศทางบวก ยกเว้นทรัพย์สินที่ถือครองจะมีอิทธิพลในทางลบต่อการถือบัตร ATM

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้าน ATM เพื่อใช้ในการขยายฐานบัตร ATM ในด้านผู้บริโภคค่าธรรมเนียมในการใช้บริการบัตร ATM นับว่ามีผลต่อความต้องการใช้บริการของผู้บริโภค หากภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการวางมาตรการควบคุมให้ธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างเป็นธรรม จะก่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้นต่อผู้ใช้บริการบัตร ATM ได้

คำสำคัญ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

Thesis title: FACTORS AFFECTING ATM CARD HOLDING OF THE
PEOPLE IN BANGKOK

Researcher: Mrs. Montira Phianpitthayakul; **Degree:** Master of Economics:

Thesis Advisors: (1) Dr. Chompoonuh Kosalakorn Permpoonwivat; (2) Dr.

Aotip Ratniyom, Associate Professor; **Academic year:** 2002

ABSTRACT

The objective of this research was to study the factors that have influence on the acquisition of ATM cards by people in Bangkok. The study was conducted on the opinions derived from the sampling surveys where respondents are divided into 3 groups based on the factors used in the acquisition of ATM cards. namely: 1) social characteristics of people 2) economy factor 3) marketing strategies used by commercial banks.

The results show that the most influential factor that influence the acquisition of ATM cards by people in Bangkok is card holders' occupations. Other factors include their education, convenience in using the service, complementary services, advertisement through various media and income. These are factors which have positive effected on why people hold ATM cards. On the contrary, The cardholders's status of assets holding has negative effect.

Results from the research can be used as guidelines in planning and determining strategies in marketing. They can also be used for developing and improving services provided by commercial banks, so that ATM services base can be expanded. As for the consumers, service fees in using the cards have strong impact on their needs. If the public sector can regulate the commercial banks in fixing the fee at fair rates, the consumers can derive more benefits from using the cards.

Keywords: FACTORS AFFECTING ATM CARD HOLDING OF THE PEOPLE IN
BANGKOK

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา ความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ในการให้คำปรึกษา แนะนำตรวจแก้ไขข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะจาก ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สันติพลวุฒิ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมาราช ที่ได้ประศาสตร์ความรู้และมอบทุนการวิจัยในครั้งนี้ให้กับผู้วิจัย และขอขอบคุณ นายพันศักดิ์ เพ็ชรพิทยากุล และนางมนัสชา รอดอุไร ที่ได้เสียสละเวลาในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณของทุกท่านเป็นอย่างยิ่งหากงานวิจัยนี้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ ขอขอบคุณความดีนี้เป็นการขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาของผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

มนทิตรา เพ็ชรพิทยากุล

มกราคม 2546

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	10
ขอบเขตการวิจัย.....	11
แหล่งข้อมูล.....	12
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	12
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	15
แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
รูปแบบการวิจัย	26
แหล่งที่มาของข้อมูล.....	26
ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	48
คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	48
ด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม.....	48
ด้านเศรษฐกิจ.....	51
ด้านที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร.....	53
ข้อมูลการใช้บัตร ATM.....	61
ความคิดเห็นในการให้บริการ ATM.....	65
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM.....	70
ข้อสรุปจากการวิจัย.....	75
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	79
สรุปการวิจัย.....	79
อภิปรายผล.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	89
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	97
ก แบบสอบถาม.....	99
ข แผนที่เขตที่ทำการสุ่มตัวอย่าง.....	110
ประวัติผู้วิจัย.....	111

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์ ในปีพ.ศ 2530 – พ.ศ 2544.....	2
ตารางที่ 1.2 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนเครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ ในปีพ.ศ 2530 – พ.ศ 2544.....	3
ตารางที่ 1.3 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณรายการ จำนวนเงิน การใช้บริการ ผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ ในปีพ.ศ 2530 – พ.ศ 2544.....	4
ตารางที่ 1.4 จำนวนผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์ไทย แยกตามขนาดของธนาคาร....	5
ตารางที่ 1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	10
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง ในพื้นที่ที่ทำการสำรวจ.....	28
ตารางที่ 3.2 ตัวแปร ลัทธิลักษณะ คำจำกัดความ การวัดผล โอกาสที่คาดว่าจะเกิดเหตุการณ์	32
ตารางที่ 3.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยชื่อเสียงของ ธนาคารผู้ออกบัตร ATM.....	35
ตารางที่ 3.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยการโฆษณา ผ่าน สื่อต่าง ๆ	37
ตารางที่ 3.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยรูปแบบ บัตร ATM.....	38
ตารางที่ 3.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยความสะดวก ในการให้บริการ.....	40
ตารางที่ 3.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยเทคโนโลยี ของเครื่อง ATM มีความทันสมัย.....	41
ตารางที่ 3.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยบริการเสริม ต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM.....	43
ตารางที่ 3.9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยของความ ปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก.....	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 3.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยของส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ.....	45
ตารางที่ 3.11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยที่เกิดจากการ ดำเนินการตลาดของธนาคาร.....	47
ตารางที่ 4.1 ด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม.....	49
ตารางที่ 4.2 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
ตารางที่ 4.3 ทรัพย์สินที่ถือครอง.....	52
ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM	53
ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	54
ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยรูปแบบบัตร ATM.....	55
ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ.....	56
ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความ ทันสมัย.....	57
ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM	58
ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพา เงินเป็นจำนวนมาก.....	59
ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึก รายการ.....	60
ตารางที่ 4.12 การถือครองบัตร ATM ของแต่ละเขตที่สำรวจ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	61
ตารางที่ 4.13 การเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของแต่ละธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร.....	62
ตารางที่ 4.14 เหตุผลที่เลือกพกพาบัตร ATM ติดตัว.....	63
ตารางที่ 4.15 เหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM	64
ตารางที่ 4.16 การถือบัตรอื่นนอกจากถือบัตร ATM.....	64
ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM สีเงิน ที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ในการใช้ตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM.....	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18 ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการบัตร ATM ของธนาคาร เนื่องจากมีบริการหลายรูปแบบที่ใช้กับบัตร ATM.....	66
ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ต้องการให้ธนาคารติดตั้งเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM.....	67
ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ สี สัน เครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ของธนาคารที่ถูกค้าต้องการมาใช้บริการ.....	68
ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความทันสมัยด้านเทคโนโลยี เครื่อง ATM ของ ธนาคารที่ใช้กับบัตร ATM.....	69
ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แบบ Binary Logistic ของปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการถือบัตร ATM.....	71

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	9

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบัตร ATM¹ เป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ชนิดหนึ่งที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยใช้แทนเงินสด หรือใช้ถอนเงินสดจากเครื่อง ATM ที่นับได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการเงินชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดสภาพคล่องด้านการเงินด้วยการใช้บัตร ATM เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนมีการชำระแทนเงินสดสำหรับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ทำให้สินค้าหรือบริการเกิดการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งภาครัฐยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการซื้อสินค้าหรือบริการ จึงได้ออกพระราชบัญญัติกฎหมายทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้คุ้มครองความปลอดภัยด้านการเงินให้แก่ผู้ใช้บริการบัตรอิเล็กทรอนิกส์และบัตร ATM แทนเงินสด เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการให้แก่เจ้าของสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายเสมือนชำระด้วยเงินสด จึงเป็นการสร้างความมั่นใจและก่อให้เกิดความปลอดภัยในการใช้บัตร ATM มากยิ่งขึ้น

หากพิจารณาถึงแนวโน้มของผู้ถือบัตร ATM และปริมาณของเครื่อง ATM ที่ติดตั้งให้บริการแล้ว จะเห็นได้ว่าปริมาณผู้ถือบัตรและปริมาณของเครื่อง ATM เพิ่มขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นจาก 2,916,000 บัตรในปี 2530 เป็น 20,682,000 บัตร ในปี 2544 และปริมาณของเครื่อง ATM เพิ่มขึ้นจาก 552 เครื่องในปี 2530 เป็น 5,901 เครื่อง ในปี 2544 ดังแสดงในตารางที่ 1.1 และตารางที่ 1.2 ตามลำดับ นอกจากนี้หากพิจารณาจากแนวโน้มที่สูงขึ้นของจำนวนเงินที่ใช้ผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์แล้ว (ตารางที่ 1.3) จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของปริมาณผู้ถือบัตร ATM มาจากสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือนโยบายด้านการตลาดบริการ ATM ของธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งที่มุ่งในการทำตลาดขยายฐานผู้ถือบัตร ATM ให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น

¹ มาจากคำว่า Automatic Teller Machine

ตารางที่ 1.1 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์
ในปี พ.ศ 2530 – พ.ศ 2544

ปี พ.ศ	จำนวนบัตร ATM หน่วย : 1,000 บัตร	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2530	2,916	-
2531	4,365	49.69
2532	5,845	33.91
2533	7,345	25.66
2534	7,660	4.29
2535	9,085	18.60
2536	10,854	19.47
2537	12,813	18.05
2538	15,253	19.04
2539	13,962	-8.46
2540	15,557	11.42
2541	17,823	14.57
2542	15,698	-11.92
2543	7,466	11.26
2544	20,682	18.41

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้ถือบัตร

ATM เครื่อง ATM ปริมาณรายการจำนวนเงินที่ใช้บริการผ่านเครื่อง ATM

จาก <http://www.bot.or.th/bothomepage/BankAtwork/Payment/Statistical/>

Eng_St... ประจำเดือนธันวาคม 2544

ตารางที่ 1.2 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนเครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์
ในปี พ.ศ 2530 – พ.ศ 2544

ปี พ.ศ	จำนวนเครื่อง ATM (เครื่อง)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2530	552	-
2531	712	28.99
2532	838	17.69
2533	984	17.42
2534	1,119	13.72
2535	1,335	19.30
2536	1,540	15.36
2537	1,796	16.62
2538	2,358	31.29
2539	3,236	37.24
2540	4,284	32.39
2541	4,835	12.86
2542	5,188	7.30
2543	5,322	2.58
2544	5,901	10.88

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้ถือบัตร

ATM เครื่อง ATM ปริมาณรายการ จำนวนเงิน ที่ใช้บริการผ่านเครื่อง ATM จาก

<http://www.bot.or.th/bothomepage/BankAtwork/Payment/Statistical/>

Eng_St...ประจำเดือนธันวาคม 2544

ตารางที่ 1.3 แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณรายการ และจำนวนเงิน การใช้บริการ ผ่าน เครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ ในปี พ.ศ 2530 – พ.ศ 2544

ปี พ.ศ	ปริมาณรายการ (หน่วย :1,000 รายการ)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (หน่วย : 1,000 บาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2530	n.a	n.a	n.a	n.a
2531	51,342	-	52,482	-
2532	70,326	36.98	102,594	95.48
2533	90,834	29.16	132,966	29.60
2534	106,296	17.02	174,426	31.18
2535	118,026	11.04	205,746	17.96
2536	136,206	15.40	300,654	46.13
2537	152,892	12.25	316,764	5.36
2538	192,786	26.09	422,034	3.23
2539	238,325	23.62	536,277	27.07
2540	274,737	15.28	656,744	22.46
2541	323,719	17.83	780,814	18.89
2542	370,830	14.55	818,562	4.83
2543	333,585	-10.04	938,150	14.61
2544	383,599	14.99	1,286,850	37.17

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้ถือบัตร

ATM เครื่อง ATM ปริมาณรายการจำนวนเงิน ที่ใช้บริการผ่านเครื่อง ATM จาก

http://www.bot.or.th/bothomepage/BankAtwork/Payment/Statistical/Eng_St...

ประจำเดือนธันวาคม 2544

แต่อย่างไรก็ตามจำนวนสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของแต่ละธนาคาร จะมีสัดส่วนของสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่านโยบายด้านการตลาดของแต่ละธนาคารนั้นแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 จำนวนผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์ไทย แยกตามขนาดของธนาคาร

ธนาคาร	จำนวนผู้ถือบัตร ATM	ร้อยละ
ธนาคารขนาดใหญ่		
1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	5,609,388	24.95
2) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	4,990,409	22.20
3) ธนาคารกรุงไทย จำกัด	4,004,000	17.81
4) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	3,037,897	13.51
5) ธนาคารทหารไทย จำกัด	1,354,832	6.03
6) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	1,252,425	5.57
ธนาคารขนาดกลาง		
7) ธนาคารเอเชีย จำกัด	883,897	3.93
8) ธนาคารยูโอบีรีตันสิน จำกัด	410,962	1.83
9) ธนาคารศรีนคร จำกัด	278,075	1.24
10) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	261,659	1.16
11) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด	190,484	0.85
12) ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด	146,627	0.65
13) ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด	62,833	0.28

ที่มา : ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) รายงานสถิติการอำนวยความสะดวก ATM จาก

ส่วนบริการอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง ประจำเดือนธันวาคม 2544

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในด้านผู้ประกอบการจะพบว่าสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันการประกอบธุรกิจของธนาคารได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจที่อยู่ในสภาวะมีการขยายตัวค่อนข้างน้อย คุ้ได้จาก การขยายตัวด้านสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในปี 2544 เท่ากับ 3% - 5% เท่านั้น แนวโน้มที่บริษัทหรือห้างร้านจะปิดกิจการมีจำนวนมากยิ่งขึ้น สภาพการเงินของประเทศขาดสภาพคล่องต้องประสบกับปัญหาเงินฝืด ประชาชนมีรายได้น้อยลงหรือบางรายต้องถูกออกจากงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับในยุคสมัยที่ประเทศไทยมีสภาพเศรษฐกิจที่ดีในช่วงปี พ.ศ. 2537 - พ.ศ. 2539 มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากประชาชนมีรายได้สูงมีกำลังการซื้อสินค้าหรือบริการมากผิดกับสภาพเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นผู้บริหารของแต่ละธนาคารจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินการตลาดของธนาคารให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ โดยในการประกอบธุรกิจของธนาคารในยุคปัจจุบันผู้บริหารของธนาคารจึงมุ่งขยายฐานลูกค้ารายย่อย (Retail Banking) บริการบัตร ATM ถือเป็นบริการชนิดหนึ่งที่มุ่งให้บริการแก่ลูกค้ารายย่อย ซึ่งในปัจจุบันการให้บริการด้าน ATM แก่ลูกค้าประชาชนทั่วไปอยู่ในสภาวะการแข่งขันสูง สืบเนื่องมาจากทุกธนาคารมุ่งหารายได้จากค่าธรรมเนียมที่ประกอบด้วยค่าธรรมเนียมจากการทำบัตร ATM และค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปีจากลูกค้าที่มาสมัครเป็นสมาชิกประกอบกับการสมัครขอเป็นผู้ถือบัตร ATM กับธนาคาร ลูกค้าจะต้องเปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ควบคู่ไปกับการสมัครเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM เพื่อใช้การฝาก - ถอนเงินจากบัญชีนั้นด้วยบัตร ATM นับได้ว่าเป็นกลยุทธ์การทำตลาดขยายฐานบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ที่เป็นบัญชีเงินฝากที่ธนาคารเสียต้นทุนต่ำได้อีกวิธีหนึ่งด้วย ยิ่งกว่านั้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดบริการ ATM ของธนาคารพบว่าธนาคารได้ให้บริการชำระเงินเป็นค่าสินค้าหรือบริการ ผ่านเครื่อง ATM ได้แก่ บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์มือถือ บริการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต บริการชำระค่าใช้บริการ INTERNET บริการชำระค่าเบี้ยประกันภัย บริการชำระค่าสาธารณูปโภค บริการชำระค่าลงทะเบียนและบริการโอนเงินระหว่างธนาคาร ผ่านเครื่อง ATM เป็นช่องทางในการทำตลาดอีกวิธีหนึ่ง โดยธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบริการตามอัตราที่ธนาคารกำหนดจากบริษัทหรือห้างร้านที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการที่มาร่วมให้บริการกับธนาคาร ซึ่งเป็นช่องทางการทำตลาดที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ธนาคารได้เป็นจำนวนมากอีกทางหนึ่ง และหากเมื่อพิจารณาในด้านลูกค้าก็สามารถสร้างประโยชน์ในการใช้บริการด้าน ATM ได้เกิดประโยชน์มากขึ้นอีกด้วย

จากการศึกษาแนวโน้มการถือบัตร ATM แนวโน้มปริมาณการใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้หมุนเวียนจากการใช้บัตร ATM ผ่านเครื่อง ATM มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเห็นได้ว่าการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ทั้งในปัจจุบันด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร

สามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่กำหนดกับการถือบัตร ATM รวมทั้งพฤติกรรม การเลือกถือบัตร ATM ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจด้านบริการ ATM ของธนาคาร การวางแผนการตลาดเพื่อขยายฐานผู้ถือบัตร ATM การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งแหล่งทุติยภูมิ และแหล่งปฐมภูมิ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิได้จากการรวบรวมข้อมูลรายงานเอกสารจากธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ส่วนแหล่งข้อมูลปฐมภูมิได้จากแบบสอบถามจำนวน 600 ตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าในเขตบางกะปิ ลาดพร้าว ปทุมวัน และธนบุรี

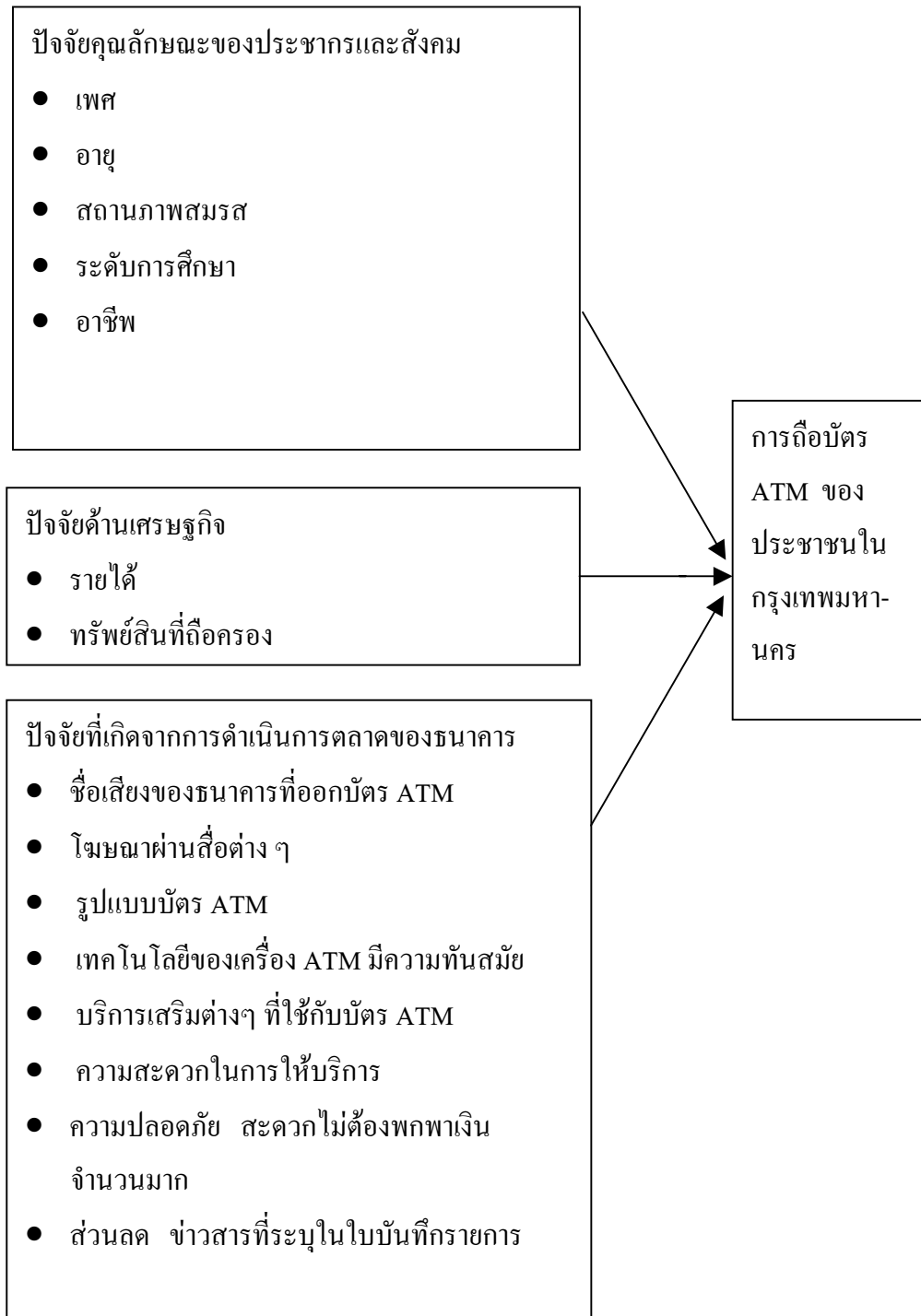
จากผลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า เป็นช่องทางในการขยายฐานผู้ถือบัตร ATM ของธนาคาร ตลอดจนลูกค้าผู้ถือบัตร ATM จะได้รับประโยชน์จากการที่ธนาคารได้พัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความทันสมัย และสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้นจากการใช้บริการด้าน ATM แก่ผู้บริโภค

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการถือบัตร ATM และเปรียบเทียบอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่มีต่อการถือบัตร ATM

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM และพฤติกรรมต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี โดยแบ่งประเภทของปัจจัยออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ดังแสดงในตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 สมมติฐานการวิจัย

ตัวแปร	สมมติฐาน
ด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม	
• เพศ	- เพศชายมีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าเพศหญิง
• อายุ	- ผู้ที่อายุมากมีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่อายุน้อย
• สถานภาพสมรส	- ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสแล้ว
• ระดับการศึกษา	- ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ
• อาชีพ	- ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานบริษัทเอกชน / ประกอบธุรกิจส่วนตัว / นักเรียน / นักศึกษามีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าแม่บ้านหรือผู้ที่เกษียณอายุ
ด้านเศรษฐกิจ	
• รายได้	- ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ
• ทรัพย์สินที่ถือครอง	- ผู้ที่ถือครองทรัพย์สินมากมีแนวโน้มถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่ถือครองทรัพย์สินน้อย
ด้านการดำเนินการตลาดของธนาคาร	
• ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร	- ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM
• รูปแบบบัตร ATM	- รูปแบบบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM
• การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM
• ความสะดวกในการให้บริการ	- ความสะดวกในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM
• เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย	- เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัยมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM
• บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM	- บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM

ตารางที่ 1.5 (ต่อ)

ตัวแปร	สมมติฐาน
<ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก 	- ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมากมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM
<ul style="list-style-type: none"> ● ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ 	- ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM

5. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

5.1 ศึกษาปัจจัยที่กำหนด ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน โดยศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 ศึกษาเฉพาะธนาคารพาณิชย์ไทย เป็นเขตพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งเป็นพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยเท่านั้น ไม่รวมถึงธนาคารพาณิชย์ที่เป็นของต่างประเทศ

5.3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตร ATM ใช้วิธีการออกแบบสอบถาม² สํารวจและประมวลผลข้อมูลแล้วนำมาศึกษาวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 ประชากรที่ศึกษา ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า

5.3.2 กลุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวอย่างที่ศึกษา เลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี เนื่องจากมีสัดส่วนการถือบัตร ATM จำนวนมากกว่าในเขตอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

² ตัวอย่างแบบสอบถาม แสดงในภาคผนวก ก

6. แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่จะทำการศึกษามาได้จาก 2 แหล่งข้อมูล มีดังนี้

6.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลทางสถิติจากธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน)

6.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสุ่มตัวอย่างของประชาชน ใน กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

7. ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยเลือกทำการสำรวจเฉพาะกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี ซึ่งจะพบว่าในการสำรวจไม่สามารถทำได้ทุกเขตที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและไม่ได้ทำการสำรวจทั่วประเทศ เนื่องจากมีข้อจำกัดในการสำรวจข้อมูลในเรื่องกำลังคนที่เป็นแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ที่มีอยู่อย่างจำกัด ค่าใช้จ่ายในการทำการสำรวจที่มีไม่เพียงพอและระยะเวลาที่ทำการสำรวจประมาณ 2 เดือน (1 ธันวาคม 2544 - 31 มกราคม 2545) ซึ่งอาจจะทำให้ข้อมูลบางส่วนมีความคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง

8. นิยามศัพท์เฉพาะ

8.1 บัตร ATM หมายถึง บัตรพลาสติกที่มีคุณสมบัติหนึ่งคุณสมบัติใด หรือมากกว่าในคุณสมบัติเหล่านี้ คือ

8.1.1 ใช้เป็นสื่อกลาง ในการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือ ในบัญชีผ่านเครื่อง ATM

8.1.2 ใช้เป็นสื่อกลางแทนเงินสด โดยการหักบัญชีในการแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการ กรณีบัตร ATM เป็นบัตรเดบิตด้วย

8.1.3 ใช้เป็นบัตรประจำตัว และเป็นบัตร ATM ในบัตรเดียวกัน กรณีเป็นบัตร ATM ID CARD

8.2 ธนาคารพาณิชย์ไทย หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย

8.3 Automatic Teller Machine (ATM) หมายถึง ระบบการฝาก-ถอนเงิน ด้วยระบบอัตโนมัติ ผ่านเครื่อง ATM โดยใช้บัตร ATM เป็นสื่อกลางในการทำรายการต่าง ๆ

8.4 ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM หมายถึง การที่ลูกค้ารู้จักและมีความเชื่อถือในการประกอบธุรกรรมของธนาคาร

8.5 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ หมายถึง การที่ธนาคารได้ให้สื่อมวลชนต่าง ๆ ได้ลงโฆษณาบริการของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้บริการของธนาคารเป็นที่รู้จักของลูกค้า

8.6 รูปแบบบัตร ATM หมายถึง รูปแบบลักษณะ สัญลักษณ์ต่าง ๆ สี สัน โลโก้ของธนาคารที่ปรากฏอยู่บนบัตร รวมถึงข้อความที่ปรากฏบนบัตร ATM ทั้งด้านหน้าและด้านหลังบัตร

8.7 ความสะดวกในการให้บริการ หมายถึง ธนาคารเจ้าของบัตร ATM ได้ติดตั้งเครื่อง ATM ไว้ตามสถานที่สำคัญ ๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารได้ไปใช้บริการอย่างทั่วถึง

8.8 เทคโนโลยีเครื่อง ATM หมายถึง รูปแบบลักษณะ สี สัน ของเครื่อง ATM รวมทั้งรูปภาพและข้อความที่ปรากฏในจอภาพของเครื่อง ATM

8.9 บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM หมายถึง บริการที่นอกเหนือจากการทำรายการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี ที่ลูกค้าผู้ถือบัตร ATM สามารถทำรายการด้วยบัตร ATM นั้น ๆ ผ่านเครื่อง ATM ของแต่ละธนาคารเจ้าของบัตรได้ อาทิ บริการชำระค่าสินค้า/บริการผ่านเครื่อง ATM บริการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต บริการชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านเครื่อง ATM บริการโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคารผ่านเครื่อง ATM บริการโอนเงินไปบัญชีนอกบัตรหรือบุคคลที่สามผ่านเครื่อง ATM เปลี่ยนหมายเลขรหัสบัตร ATM ผ่านเครื่อง ATM เป็นต้น

8.10 ความปลอดภัยไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก หมายถึง การถือบัตร ATM แทนเงินสด ทำให้เกิดความปลอดภัยที่เงินจะไม่สูญหายไปในระหว่างทาง

8.11 ความสะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก หมายถึง การใช้บัตร ATM ซึ่งเป็นบัตรพลาสติกเพียง 1 บัตรแทนเงินสด ทำให้เกิดความสะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก

8.12 ส่วนลดที่ระบุในใบบันทึกรายการ หมายถึง ธนาคารได้ร่วมกับบริษัท/ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า ในการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า โดยพิมพ์ระบุแจ้งไว้ในใบบันทึกรายการ

8.13 ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ หมายถึง ธนาคารได้ร่วมกับบริษัท / ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า ในการแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าทราบ โดยพิมพ์ระบุแจ้งไว้ในใบบันทึกรายการ

9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

9.1 นำผลการวิจัยพฤติกรรมการเลือกถือบัตร ATM ไปพิจารณาปรับปรุง หรือพัฒนาบริการด้าน ATM ขึ้นใหม่ หรือกำหนดนโยบายตลาดบริการ ATM ของธนาคารให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการบัตร ATM ให้มีมากขึ้น

9.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานผู้ถือบัตร ATM

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ ส่วนที่ 1 จะนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการ ส่วนที่ 2 จะเป็นการนำเสนองานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าหรือบริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้จึงได้นำแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์จุลภาคมาประยุกต์ใช้ โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค : วิเคราะห์โดยทฤษฎีอรรถประโยชน์

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงสถานการณ์หนึ่ง ๆ ที่ผู้บริโภคจะบริโภคสินค้าหรือบริการด้วยจำนวนเงินที่มีอยู่อย่างจำกัด ด้วยราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในตลาด และด้วยความต้องการแสวงหาความพอใจสูงสุด ผู้บริโภคจะมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการจัดสรรเงินที่ตนมีอยู่ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะสามารถช่วยให้เราเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคและอธิบายได้ว่าทำไมผู้บริโภคจึงซื้อสินค้าจำนวนน้อยเมื่อสินค้ามีราคาสูงและทำไมจึงซื้อสินค้ามากขึ้นเมื่อราคาลดลง การพัฒนาทฤษฎีที่ใช้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ได้เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 19 นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก อาทิ J. Vong Wollrus Marshall และนักเศรษฐศาสตร์สำนักออสเตรียน เช่น Menger Von Weiser และ Bohm-Bawerti ได้สร้างทฤษฎีผู้บริโภคที่มีข้อสมมติพื้นฐานว่าผู้บริโภคจะได้รับ ความพอใจหรืออรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าจำนวนต่าง ๆ กัน

อรรถประโยชน์ (utility) หมายถึง ความพอใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการได้มาโดยใช้ ได้บริโภค หรือได้ผลประโยชน์จากสินค้าและบริการ ดังนั้นอรรถประโยชน์จึงเป็นสิ่งที่มิอยู่ในตัวสินค้าและบริการในรูปของความสามารถในการบำบัดความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งที่มาและสาเหตุของการเกิดมีอรรถประโยชน์อาจมีได้ต่าง ๆ นานา อาทิ สุขภาพที่ดีขึ้น ความสวยงาม ความ

สะดวกสบาย รสชาติ ความทนทาน ความหรูหรา ความภาคภูมิใจ ความมั่นคง ความมีอำนาจ และอื่นๆ ซึ่งจะมีทั้งส่วนที่เป็นรูปธรรมและส่วนที่เป็นนามธรรม เรื่องของอรรถประโยชน์จึงเกี่ยวข้องกับ รสนิยม แผนความพอใจ และความนึกคิดส่วนบุคคล อรรถประโยชน์เป็นสิ่งที่สามารถวัดออกมาเป็นหน่วยได้โดยเรียกหน่วยในการวัดว่า ยูทิล (util) โดยทั่ว ๆ ไปสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง ๆ จะให้อรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับระดับความมากน้อยของความต้องการที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ ในขณะนั้น ๆ ดังนั้นสินค้าชนิดเดียวกันจำนวนเท่ากันจึงอาจให้อรรถประโยชน์ต่อผู้บริโภคแต่ละคนไม่เท่ากัน หรือสำหรับผู้บริโภคคนเดียวกัน แต่ต่างวาระกัน เมื่อระดับความต้องการในแต่ละเวลาต่างกัน ก็อาจได้รับความพอใจจากสินค้าอันเดียวกันที่แตกต่างกันออกไปได้ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2544: 87-88) ดังนั้นในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคถือว่าผู้มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคตั้งอยู่บนการเลือกอย่างมีเหตุผล (axioms of rational choice) นั่นคือผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง ตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าชนิดใดในจำนวนปริมาณหรือน้อยเท่าใดนั้นจะคำนึงถึงประโยชน์หรือความพอใจที่จะได้รับจากสินค้านั้นเป็นสำคัญ กล่าวคือผู้บริโภคต้องได้รับประโยชน์หรือความพอใจจากสินค้านั้นอย่างมากที่สุด ลักษณะของการเลือกอย่างมีเหตุผล ประกอบด้วย

1.1.1 ต้องสามารถเปรียบเทียบได้ (comparable) หมายความว่าผู้บริโภคต้องบอกได้ว่าในบรรดาสินค้าหรือบริการหรือกลุ่มสินค้าทั้งหมดที่นำมาให้ผู้บริโภคเลือก ผู้บริโภคต้องสามารถบอกได้ว่าชอบหรือไม่ชอบ หรือรู้สึกแตกต่างกันหรือไม่ เมื่อเขาได้พิจารณาเปรียบเทียบสินค้าหรือกลุ่มของสินค้านั้น ๆ แล้ว กล่าวคือถ้าสมมติว่าจำนวนสินค้าที่นำมาให้เลือกนั้นสามารถแบ่งออกเป็นหน่วยย่อย ๆ ได้มากมายเป็นอนันต์ (infinitely divisible) ก็จะมีสินค้าหรือกลุ่มของสินค้า (bundles) จำนวนอนันต์ (infinite bundles or items) มาให้ผู้บริโภคได้เลือกหรือพิจารณาเปรียบเทียบ ถ้าให้เวกเตอร์ X คือ $X = (X_1, X_2)$ โดยที่ X_1 คือ สินค้า X_1 และ X_2 คือ สินค้าอื่น ๆ ที่นอกเหนือจาก X_1 (หรือเป็นสินค้าทั้งหมดที่ลบด้วย X_1) ผู้บริโภคต้องบอกได้ว่าผู้บริโภคชอบ X_1 มากกว่า X_2 (X_1 is preferred to X_2) หรือผู้บริโภคชอบ X_2 มากกว่า X_1 (X_2 is preferred to X_1) หรือ ผู้บริโภคชอบ X_1 และ X_2 เท่า ๆ กัน (X_1 and X_2 are equally desirable)

1.1.2 ต้องสามารถตัดสินใจเลือกได้ (decisionable) หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคพิจารณาเปรียบเทียบแล้ว (ตามที่ปรากฏในข้อที่ 1.1.1) ผู้บริโภคต้องสามารถตัดสินใจเลือกหรือบอกได้อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเป็นการแสดงออกซึ่งความชอบหรือความพอใจหรืออรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการเปรียบเทียบ X_1 กับ X_2 นั้น

1.1.3 ต้องสามารถอ้างอิงได้ (transitive) หมายความว่า ถ้าผู้บริโภคบอกว่า ชอบ X_2 มากกว่า X_1 และชอบ X_2 มากกว่า X_0 แสดงว่าเขาชอบ X_2 มากกว่า X_0 ด้วยการเลือกอย่างมีเหตุผลทั้ง 3 ข้อ สามารถนำไปใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ว่าผู้บริโภคมีรสนิยม (tastes) อย่างไร และเมื่อกำหนดรายได้ให้ผู้บริโภคจำนวนหนึ่งจะเลือกบริโภคสินค้าชนิดใด หรือเลือกบริโภคสินค้ากลุ่มใดที่ผู้บริโภคจะได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ เช่น เวลา และสถานที่คง (ประสาร บุญเสริม 2542: 43-44)

1.2 อุปสงค์

อุปสงค์จะเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค บวกด้วยอำนาจซื้อซึ่งหมายถึงรายได้ของผู้บริโภค ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมายที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อถ้ามองในแง่ของผู้ผลิตผู้นำสินค้าออกจำหน่ายจะมีปัจจัยบางตัวอยู่ในความสามารถที่จะควบคุมได้ อาทิ ราคาของสินค้า การส่งเสริมการขาย หรือการปรับปรุงคุณภาพของสินค้า แต่ปัจจัยบางตัวก็ไม่ใช่ว่าผู้ผลิตจะควบคุมได้ อาทิ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่น ตลอดจนการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นต้น (นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2544: 25-26) ดังนั้นในการศึกษาเรื่องอุปสงค์ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการใด ๆ จะขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าหรือบริการ ระดับรายได้ของผู้บริโภค รสนิยม การส่งเสริมการขาย คุณภาพของสินค้า ราคาของสินค้าชนิดอื่น ซึ่งรายได้จะเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณของอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และปริมาณอุปสงค์จะเป็นไปในทิศทางใดก็ได้ตามรสนิยมการบริโภคของผู้บริโภค สินค้าบางชนิดเมื่อผู้บริโภคมีเงินรายได้เพิ่มขึ้นจะเพิ่มปริมาณบริโภคมากขึ้น แต่สำหรับสินค้าบางประเภทแล้วผู้บริโภคจะลดปริมาณการบริโภคลง เช่น สินค้าประเภทที่มีคุณภาพไม่ดี สำหรับความพึงพอใจของผู้บริโภคสามารถวัดและเปรียบเทียบได้จากการกำหนดค่าอรรถประโยชน์ที่ให้ความสัมพันธ์เรียงลำดับความพึงพอใจไว้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นรูปแบบของอุปสงค์ขึ้นอยู่กับรูปแบบของอรรถประโยชน์ที่กำหนดแสดงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

นอกจากนี้อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการแต่ละชนิดแตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้า ถ้าเป็นสินค้าปกติผู้บริโภคจะบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น และสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นถ้าน้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นสินค้าจำเป็น (necessity goods) หากสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นถ้ามักว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย สำหรับสินค้าที่ผู้บริโภคมีอุปสงค์ลดลงเมื่อระดับรายได้ของเขาเพิ่มถึงช่วงหนึ่ง สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าด้อย

(inferior goods) แต่มีสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์เพิ่มขึ้นเมื่อระดับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น สินค้าประเภทนี้คือ สินค้ากิฟเฟ่น Giffen's goods (ประสาร บุญเสริม 2544: 64-66)

1.3 ทฤษฎีการบริโภคองค์ประกอบของสินค้า

ทฤษฎีการบริโภคองค์ประกอบของสินค้า เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแนวคิดใหม่เกี่ยวกับการบริโภคว่า ธรรมดาประโยชน์หรือความพอใจที่ได้รับไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหรือคุณลักษณะของสินค้า (attributes of commodity หรือ characteristics of commodity) ที่ผู้บริโภคได้รับ (ประสาร บุญเสริม 2544: 98-99) ดังนั้นในการศึกษาเรื่องทฤษฎีการบริโภคองค์ประกอบของสินค้าถือว่ามีความสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคจะแสวงหาอัตราประโยชน์สูงสุดหรือความพอใจสูงสุดจากองค์ประกอบสินค้า หรือคุณลักษณะของสินค้ามากกว่าจำนวนสินค้าและการแสวงหาอัตราประโยชน์สูงสุดนั้นต้องทำภายใต้งบประมาณจำกัด (budget constraint) ที่มีอยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภคองค์ประกอบสินค้าก็ต่อเมื่ออัตราการทดแทนกันขององค์ประกอบของสินค้าเท่ากับอัตราส่วนของราคาขององค์ประกอบของสินค้า ซึ่งผู้บริโภคนอกจากจะใช้ราคาของสินค้าและบริการ ระดับรายได้ของผู้บริโภค ยังมีปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของสินค้ามาเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดในการบริโภคสินค้า

1.4 ทฤษฎีความพอใจเปิดเผย

ทฤษฎีความพอใจเปิดเผยเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแนวทางการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแนวใหม่ โดย Paul A. Samuelson ในปี ค.ศ 1947 ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องพึ่งข้อสมมติในเรื่องการวัดค่าอัตราประโยชน์ไม่ว่าในรูปของการวัดเป็นหน่วย หรือการวัดเป็นลำดับขั้น แต่สิ่งสำคัญคือสามารถที่จะทราบความพอใจ (preference) หรือความมีเหตุผล (rationality) ของผู้บริโภคจากพฤติกรรมที่แสดงออกมา (observed behavior) โดยการเลือกกลุ่มสินค้าใด ๆ นั้นจะสะท้อนถึงหรือแสดงถึงความพอใจสูงสุดในการเลือกนั้น ๆ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคคนหนึ่ง ๆ ได้ตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการในส่วนประกอบอันใดอันหนึ่งก็ย่อมมีความหมายอยู่โดยนัยว่าผู้บริโภคนั้น ๆ มีความชอบส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการนั้นมากกว่าส่วนประกอบอื่นใดที่มีปรากฏอยู่ หรือไม่ก็เป็นเพราะส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการนั้นเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ดังนั้นถ้าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งแทนที่จะเลือกซื้อส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการอีกชนิดหนึ่งซึ่งต่างก็มีค่าใช้จ่ายพอ ๆ กัน ณ ระดับราคาที่เป็นอยู่จึงกล่าวได้ว่าผู้บริโภคมีความพอใจในส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการที่เลือกซื้ออย่างเปิดเผย (นราทิพย์ ชูดวงศ์ 2544: 170-171) ดังนั้นในการศึกษาเรื่องทฤษฎีความพอใจเปิดเผยถือว่ามีความสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่แสดงความพอใจสูงสุดต่อสินค้านั้น ๆ โดยการเลือกบริโภคสินค้าทำให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ถึงความพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ และหน่วยธุรกิจก็สามารถทราบถึงความพอใจของผู้บริโภคและนำมากำหนดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจได้

1.5 ทฤษฎีราคาและการแข่งขัน

ทฤษฎีราคาและการแข่งขันเป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายถึงในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจซึ่งมีการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา การกระจุกตัวและการครอบครองตลาด การปกป้องคุ้มครองตลาดจากการแข่งขัน การเข้าสู่ตลาดการผลิตที่มีขนาดความประหยัดของต้นทุนการผลิต การโฆษณาและข่าวสารข้อมูล การส่งเสริมการขาย และการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและตัวสินค้า การแข่งขันที่ไม่ใช่การแข่งขันราคาเกิดจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสารโทรคมนาคม ผลจากการปฏิบัติทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวัน และวิถีการดำรงชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ รูปแบบของการแข่งขันระหว่างหน่วยธุรกิจได้แปรเปลี่ยนไปจากการแข่งขันทางด้านราคาแต่เพียงอย่างเดียวได้กลายมาเป็นการแข่งขันในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย เช่น การแข่งขันในรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ในการวิจัยและพัฒนา ได้แก่ การทำให้สินค้าแตกต่างกัน ความคงทนของสินค้า การเปลี่ยนแปลงของสินค้า การแข่งขันการนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ได้แก่ การโฆษณา การแข่งขันที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่เป็นที่ต้องการและถูกใจผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด โดยพฤติกรรมการแข่งขันที่มีใช้ราคาที่สำคัญของธุรกิจก็คือการ โฆษณากับการวิจัยและพัฒนา (สรยุทธ มินะพันธ์ 2536) ดังนั้นในการศึกษาเรื่องทฤษฎีราคาและการแข่งขันถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเป็นการใช้กลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดต่อสินค้านั้น ๆ ให้แก่ผู้บริโภค และหน่วยธุรกิจก็สามารถทราบถึงความพอใจของผู้บริโภคและนำมากำหนดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจได้

ทฤษฎีที่กล่าวมา ทั้ง 5 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีอุปสงค์ ทฤษฎีการบริโภคองค์ประกอบของสินค้า ทฤษฎีความพอใจเปิดเผย ทฤษฎีราคาและการแข่งขันจะสามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้นก็ต่อเมื่อนำทั้ง 5 ทฤษฎีมาประกอบกันในการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคที่อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเป็นตัวกำหนด ได้แก่ ระดับรายได้ องค์ประกอบหรือลักษณะของสินค้า ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ รูปลักษณะของสินค้าได้แก่ สี กลิ่น รูปทรง กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ลดราคา แลก แจก แถมสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าเนื่องจากได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการมากกว่าคู่แข่ง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อ

ทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด ภายใต้งบประมาณจำนวนหนึ่ง ดังนั้นในการนำทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งมาอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค จึงอาจจะอธิบายได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ควรที่จะมีการนำเอาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาประกอบการอธิบาย

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยที่ได้ค้นคว้ามีผู้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของสินค้าและบริการ รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าและบริการ ซึ่งในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ส่วนใหญ่จะเลือกศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต เนื่องจากบัตรเครดิตนับได้ว่าเป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ชนิดหนึ่งที่ใช้ถือแทนเงินสด หรือใช้จ่ายแทนเงินสดได้ เช่นเดียวกับบัตร ATM จึงเป็นไปได้ว่าพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิต หรือพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตจะสามารถนำมาใช้อ้างอิงได้กับพฤติกรรมการเลือกถือบัตร ATM ในในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้สามารถแยกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

2.1 เพศ

จากการศึกษาของรณชัยชนก กนิษฐสุต (2537) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของสินค้าหรือบริการด้วยบัตรเครดิตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าเพศชายมีการใช้บัตรเครดิตในสินค้าและบริการมากกว่าเพศหญิง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายประเภทการท่องเที่ยว ส่วนปรวีร์ หัตถกรรม (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่าเพศชายมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคมากกว่าเพศหญิง

2.2 อายุ

จากการศึกษาของปีทมา แก้ววิจิตร (2537) เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มาใช้บริการเครื่อง ATM เนื่องจากมีความต้องการได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว เพราะผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีอายุน้อยและอยู่ในวัยที่กำลังศึกษาอยู่ ส่วนรณชัยชนก กนิษฐสุต (2537) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต

ของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า เนื่องจากมีรายได้สูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ส่วนกิตติพันธ์ เตชะภาสন্নันท์ (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่าผู้ที่มีอายุมากต้องการที่จะได้รับสิทธิประโยชน์จากการถือครองและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากได้เคยใช้บริการบัตรเครดิตจากธนาคารอื่นหลายแห่งจึงสามารถนำมาเปรียบเทียบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตของแต่ละธนาคารได้ แต่ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าบางรายไม่เคยมีบัตรเครดิตมาก่อนจึงทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบสิทธิประโยชน์กับบัตรเครดิตของธนาคารอื่นได้ และปรวีร์ หัตถกรรม (2541) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า เนื่องมาจากผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่จะมีความพร้อมทางด้านการเงิน ทำให้สามารถใช้จ่ายได้มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

2.3 สถานภาพสมรส

จากการศึกษาของรณชัยชนก กนิษฐสุด (2537) กิตติพันธ์ เตชะภาสন্নันท์ (2538) และปรวีร์ หัตถกรรม (2541) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการ พบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสดจะมีพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส เนื่องมาจากผู้ที่เป็นโสดไม่มีภาระด้านครอบครัวจึงใช้จ่ายได้อย่างอิสระ

2.4 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาของปีทมา แก้ววิจิตร (2537) เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงต้องการรับบริการที่รวดเร็วและสะดวกในการให้บริการของเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารพาณิชย์มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่าและผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ ส่วนปรวีร์ หัตถกรรม (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีรายได้สูงกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาค่ำ ประกอบกับผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงส่วนใหญ่จะต้องการสร้างครอบครัวให้มั่นคงและอยู่ในสภาพความเป็นอยู่ที่ดี จึงทำให้มีการใช้จ่ายบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาค่ำ

2.5 อาชีพ

จากการศึกษาของปีทมา แก้ววิจิตร (2537) ในเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย พบว่าผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงาน / ลูกค้าเอกชนจะต้องการบริการที่รวดเร็วและสะดวกในการให้บริการของเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารพาณิชย์มากกว่าอาชีพอื่น เนื่องมาจากมีข้อจำกัดด้านเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพอื่น ส่วนกิตติพันธ์ เตชะภาสกรนันท์ (2538) และภาณุรัตน์ รัตนวราหะ (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนถือบัตรเครดิตและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากกว่าอาชีพอื่น เนื่องมาจากอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่จะมีรายได้ค่อนข้างสูงกว่าอาชีพอื่น เมื่อเปรียบเทียบการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตจะมีการใช้จ่ายมากกว่าอาชีพอื่น

2.6 รายได้

จากการศึกษาของปีทมา แก้ววิจิตร (2537) เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงต้องการบริการที่รวดเร็วและสะดวกในการให้บริการของเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารพาณิชย์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำเนื่องมาจากผู้ที่มีรายได้สูงมีทางเลือกที่จะใช้บริการของแต่ละธนาคารได้ตามที่ต้องการ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีรายได้ต่ำที่มีทางเลือกในการใช้บริการได้น้อยกว่า ส่วนรณรัชชก กนิษฐสุด (2537) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงจะซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ เพราะผู้ที่มีรายได้สูงจะได้รับการยอมรับจากธนาคารให้เป็นผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าจึงสามารถนำบัตรเครดิตมาใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสดได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า ส่วนกิตติพันธ์ เตชะภาสกรนันท์ (2538) ภาณุรัตน์ รัตนวราหะ (2540) และปรวีร์ หัตถกรรม (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่ารายได้มีผลต่อการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เนื่องมาจากผู้ที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่จะได้รับวงเงินจากธนาคารเจ้าของบัตรเครดิตในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ ประกอบกับผู้ที่มีรายได้สูงกว่าจะมีกำลังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีรายได้ต่ำ

2.7 ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM

จากการศึกษาของ กิตติพันธ์ เตชะภาสন্নันท์ (2538) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่าชื่อเสียงของเจ้าของสินค้าและบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการมากกว่าสินค้าและบริการที่ไม่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เนื่องมาจากชื่อเสียงของเจ้าของสินค้าและบริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและเชื่อถือในตัวสินค้าและบริการจึงทำให้เลือกใช้บริการมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการที่ไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

2.8 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

จากการศึกษาของพัชรา แก้วดี (2542) เรื่องอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ ในกรุงเทพมหานคร พบว่าการให้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดของบัตรเครดิตผ่านสื่อต่างๆทำให้คนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานครถือบัตรเครดิตมากขึ้น เนื่องมาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์บัตรเครดิตทำให้ลูกค้าได้รู้จักคุ้นเคยและรู้ถึงคุณประโยชน์ของบัตรเครดิต จึงทำให้มีผู้เลือกถือบัตรเครดิตมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับบัตรเครดิตของธนาคารแห่งอื่นที่ไม่ได้ทำการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

2.9 ความสะดวกในการให้บริการ

จากการศึกษาของปัทมา แก้ววิจิตร (2537) เรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย พบว่าลูกค้าต้องการบริการที่รวดเร็วและสะดวกในการให้บริการของเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารพาณิชย์ เนื่องมาจากต้องการความรวดเร็วในการใช้บริการ ส่วนวิรัตน์ กำไร (2538) ได้ทำการศึกษาในเรื่องการให้บริการ ATM ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่านักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ATM แทนการถือเงินสด เนื่องจากต้องการความสะดวกที่ไม่ต้องเดินทางไปฝาก-ถอนที่หน้าเคาน์เตอร์ของธนาคาร และพัชรินทร์ โกสโร (2541) ทำการศึกษาเรื่อง การวางแผนการตลาดสำหรับการบริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารออมสิน พบว่าเป็นจุดอ่อนของธนาคารออมสินการที่ธนาคารมีเครื่อง ATM ติดตั้งให้บริการน้อยทำให้ลูกค้าของธนาคารไม่สะดวกไปใช้บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารคู่แข่งที่มีเครื่อง ATM ติดตั้งให้บริการแก่ลูกค้าเป็นจำนวนมาก

2.10 บริการเสริมต่างๆ ที่ใช้กับบัตร ATM

จากการศึกษาของกิตติพันธ์ เตชะภาสন্নันท์ (2538) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่าบริการเสริมหรือสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ในบัตรเครดิตทำให้มีผู้เลือกถือบัตรเครดิตมากขึ้น เนื่องมาจากในการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตลูกค้าจะพิจารณา

จากบริการเสริมหรือสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการถือบัตรเครดิตโดยบัตรเครดิตของธนาคารใด มีบริการเสริมหรือสิทธิประโยชน์มากจะทำให้มีผู้เลือกถือบัตรเครดิตมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบัตรเครดิตที่มีบริการเสริมหรือสิทธิประโยชน์น้อย ส่วนพัชรินทร์ โกสโร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวางแผนการตลาดสำหรับบริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารออมสิน พบว่าจุดอ่อนของการให้บริการด้าน ATM ของธนาคารออมสินจะเกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องมาจากบัตร ATM ของธนาคารออมสินมีบริการเสริมที่ใช้กับบัตร ATM น้อยประเภทกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์แห่งอื่นทำให้มีผู้เลือกถือบัตร ATM ของธนาคารออมสินน้อยกว่าธนาคารแห่งอื่น และนิภาพรรณ แก้วปัญญา (2542) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารภายในและต่างประเทศ พบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีความพึงพอใจที่ได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้นในบัตรเครดิตของธนาคารต่างประเทศมากกว่าธนาคารในประเทศ เนื่องมาจากบัตรเครดิตของธนาคารต่างประเทศมีบริการเสริมหรือสิทธิประโยชน์มากกว่าบัตรเครดิตของธนาคารในประเทศ

2.11 ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก

จากการศึกษาของรัชชนก กนิษฐสุต (2537) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าความเชื่อมั่นในการพกพาบัตรเครดิตติดตัวจะมีผลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เนื่องมาจากผู้ถือบัตรเครดิตมีความเชื่อมั่นว่าบัตรเครดิตสามารถใช้แลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการได้สะดวกรวดเร็วและมีความปลอดภัยในการพกพามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการถือเงินสด ส่วนกิตติพันธ์ เตชะภาสন্নันท์ (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต พบว่าความปลอดภัยและพกพาสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต เนื่องมาจากผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกถือบัตรเครดิตจากความสะดวกในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการความปลอดภัยและพกพาสะดวกเมื่อเปรียบเทียบกับการถือเงินสด

2.12 ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ

จากการศึกษาของนิภาพรรณ แก้วปัญญา (2542) เรื่องเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารภายในและต่างประเทศ พบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย โดยมีการใช้บัตรเครดิตของธนาคารต่างประเทศเพิ่มขึ้นมากกว่าธนาคารในประเทศ เนื่องมาจากบัตรเครดิตของธนาคารต่างประเทศได้มีการจัดส่งเสริมการขายหลังการขายบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง เมื่อเปรียบเทียบกับบัตรเครดิตของธนาคารในประเทศ ที่ไม่มีการส่งเสริมการขายหลังการขาย

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการใช้สินค้าและบริการที่ได้กล่าวมาในข้างต้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการกำหนดเป็นตัวแปรเพื่อใช้ในการศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยตั้งสมมติฐานของปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนด เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการเปลี่ยนแปลงของการถือบัตร ATM ดังแสดงในตารางที่ 1.5

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยรูปแบบการวิจัย แหล่งที่มาของข้อมูลและวิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ตามแบบสอบถามที่กำหนดขึ้น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM โดยใช้วิธีการถดถอยโลจิสติก แบบ Binary Logistic

2. แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้จากการรวบรวมข้อมูลประเภททุติยภูมิและข้อมูลประเภทปฐมภูมิ

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลที่น่ามาศึกษาเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้ถือบัตร ATM และจำนวนเครื่อง ATM ข้อมูลแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณรายการและจำนวนเงินที่ใช้บริการผ่านเครื่อง ATM ข้อมูลจำนวนบัตร ATM ของแต่ละธนาคาร โดยข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยและรายงานของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

จากการสำรวจโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่างตามแบบสอบถามที่กำหนด โดยรายละเอียดข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจะประกอบด้วยข้อมูลด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ข้อมูลด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลด้านที่เกิดจากการทำการตลาดของธนาคารที่ใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจถือบัตร ATM

3. ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลของประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา มีดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นประชากรที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 วิธีการสุ่มและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียดพื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจ วิธีการสุ่ม และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีดังต่อไปนี้

3.2.1 พื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจ

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้พิจารณาจากพื้นที่ที่มีจำนวนเครื่อง ATM ติดตั้งให้บริการอยู่ในแต่ละเขต ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเครื่อง ATM อยู่เป็นจำนวนมาก 4 อันดับแรก อันได้แก่ เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน และเขตธนบุรี

3.2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีแบบบังเอิญหรือการเลือกสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) โดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์ผู้มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า

3.2.3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้อาศัยตารางสำเร็จรูปของ Salan และ Dillman ที่กำหนดคุณลักษณะของประชากร 50/50 ซึ่งหมายถึง การไม่ทราบคุณลักษณะของประชากร ณ ระดับจำนวนประชากรที่มากกว่า 1 ล้านคน (∞) ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูลจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจริงเท่ากับ 600 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเขตละ 150 ตัวอย่างเท่า ๆ กัน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ทำการสำรวจ

ลำดับเขต	พื้นที่สำรวจ	จำนวนแบบสอบถาม (ชุด)
เขต 1	บางกะปิ	150
เขต 2	ลาดพร้าว	150
เขต 3	ปทุมวัน	150
เขต 4	ธนบุรี	150
รวม		600

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 17 ข้อ

4.1 โครงสร้างของแบบสอบถาม (Structured Questionnaire)

แบบสอบถามได้แบ่งเนื้อหาของคำถามเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ ทรัพย์สินที่ถือครอง

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลการถือบัตร ATM และปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคารที่เป็นเหตุผลที่ผู้ตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM ของธนาคาร ลักษณะคำถามจะเป็นแบบมาตรประมาณการ (Rating Scale) ในแต่ละข้อจะสอบถามความเห็นของแต่ละเหตุผลที่เห็นด้วยหากตัดสินใจถือบัตร ATM ซึ่งแบ่งระดับของความคิดเห็นไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน = ไม่เห็นด้วย 1 คะแนน = เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึง 10 คะแนน = เห็นด้วยมากที่สุด คำถามได้กำหนดไว้ทั้งสิ้น 8 ข้อ ได้แก่ ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รูปแบบบัตร ATM ความสะดวกในการให้บริการ เทคโนโลยีของเครื่อง ATM บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก ส่วนลดข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ

นอกจากนี้ยังมีในส่วนที่เป็นคำถามให้ผู้ถูกค้ำตอบเหตุผลที่ไม่ถือบัตร ATM และข้อมูลถือบัตรอื่น ๆ นอกเหนือจากการถือบัตร ATM

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยระบุเพิ่มเติมในแบบสอบถาม

4.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการสำรวจจริง ได้ทำการทดสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดให้กลุ่มตัวอย่างตอบแล้วทำการซักถามคำถาม – คำตอบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น และนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามหลักการวิจัย เพื่อที่จะนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

4.3 การวิจัยในสถานที่จริง

การสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้ที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าในเขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมทั้งผู้ช่วยจำนวน 3 คน รวม 4 คน ที่ได้รับการฝึกฝนและทำความเข้าใจเกี่ยวกับคำถามในแบบสอบถาม และวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยในครั้งนี้อย่างชัดเจน โดยใช้เวลาในการสำรวจตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2544 - 31 มกราคม 2545

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการจัดแยกในแต่ละเขต พร้อมทั้งทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาบันทึกเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการถดถอยโลจิสติก แบบ Binary Logistic

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

6.1 การใช้สถิติพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การเปรียบเทียบค่าร้อยละที่ได้จากการสำรวจในด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านการดำเนินการตลาดของธนาคาร

6.2 การวิเคราะห์การถดถอย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ใช้แบบทั่วไปดังนี้

โดย

$$\begin{aligned} \text{CARD} &= f(\text{SOCIAL}, \text{ECON}, \text{MARKET}) \\ \text{SOCIAL} &= f(\text{SEX}, \text{AGE}, \text{STATUS}, \text{EDUCATION}, \text{OCCUPATION}) \\ \text{ECON} &= f(\text{INCOME}, \text{WEALTH}) \\ \text{MARKET} &= f(\text{BANK}, \text{ADVERTISE}, \text{MODEL}, \text{ATM}, \text{TECHNOLOGY}, \\ &\quad \text{ADVANTAGE}, \text{SAFETY}, \text{SLIP}) \end{aligned}$$

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แบบ **Binary Logistic** คือ

$$\begin{aligned} \text{CARD}_i = & a_0 + a_1 \text{SEX} + a_2 \text{AGE} + a_3 \text{STATUS} + a_4 \text{EDUCATION} + a_5 \text{OCCUPATION} \\ & + a_6 \text{INCOME} + a_7 \text{WEALTH} + a_8 \text{BANK} + a_9 \text{ADVERTISE} + a_{10} \text{MODEL} \\ & + a_{11} \text{ATM} + a_{12} \text{TECHNOLOGY} + a_{13} \text{ADVANTAGE} + a_{14} \text{SAFETY} \\ & + a_{15} \text{SLIP} + e \end{aligned} \quad (3.1)$$

โดยกำหนดให้ a_0 = ค่าคงที่
 a_1, \dots, a_{15} คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ
 e = ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

การถดถอยโลจิสติก แบบ Binary Logistic มีเงื่อนไขหลักเกณฑ์และการวัดค่าของตัวแปร ดังนี้

6.2.1 เงื่อนไขการถดถอยโลจิสติก แบบ **Binary Logistic**

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แบบ Binary Logistic มีหลักเกณฑ์เงื่อนไขดังนี้

$$P (\text{เกิดเหตุการณ์}) = \frac{e^{\beta}}{1 + e^{\beta}} \quad (3.2)$$

$$\text{และ } P (\text{ไม่เกิดเหตุการณ์}) = 1 - P (\text{เกิดเหตุการณ์}) \quad (3.3)$$

การประมาณค่า Z = การถือบัตร ATM เป็นการประมาณ P (เกิดเหตุการณ์) โดยใช้สมการ (3.2) สำหรับการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots + \beta_n$ ในสมการ (3.2) จะใช้วิธี Maximum likelihood ในการประมาณค่า $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots + \beta_n$

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n \quad (3.4)$$

จะพบว่าสมการ (3.2) และ (3.4) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้นจึงมีการปรับให้ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้นโดยให้

$$\text{Odds} = \frac{P(\text{เกิดเหตุการณ์})}{1 - P(\text{ไม่เกิดเหตุการณ์})} \quad (3.5)$$

จากสมการ (3.5) สามารถที่จะเขียนให้อยู่ในรูปของ $\log(\text{In})$ ได้คือ

$$\text{In Odds} = \text{In} \frac{P(\text{เกิดเหตุการณ์})}{1 - P(\text{ไม่เกิดเหตุการณ์})} = Z \quad (3.6)$$

$$= \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n \quad (3.7)$$

สมการ (3.5) จะอยู่ในรูปเชิงเส้นและเรียกว่า Logit response function จากสูตรของ Odds จะพบว่า ถ้า Odds ในสมการ (3.6) มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าเหตุการณ์นั้นมีโอกาสเกิดมากกว่าที่จะไม่เกิด

รูปแบบของฟังก์ชันที่ใช้ในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่สามารถหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM เขียนในรูปสมการทั่วไป (log) ของสมการ Logistic แสดงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Log} \left(\frac{\text{probCARD}_i}{1 - (\text{probCARD}_i)} \right) = & a_0 + a_1 \text{SEX} + a_2 \text{AGE} + a_3 \text{STATUS} \\ & + a_4 \text{EDUCATION} + a_5 \text{OCCUPATION} + a_6 \text{INCOME} \\ & + a_7 \text{WEALTH} + a_8 \text{BANK} + a_9 \text{ADVERTISE} + a_{10} \text{MODEL} \\ & + a_{11} \text{ATM} + a_{12} \text{TECHNOLOGY} + a_{13} \text{ADVANTAGE} \\ & + a_{14} \text{SAFETY} + a_{15} \text{SLIP} + e \end{aligned}$$

6.2.2 การวัดค่าตัวแปร

ในการวิเคราะห์ที่ได้กำหนดรายละเอียดเพื่อทำการวัดค่าของตัวแปรในการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานครไว้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ตัวแปร สัญลักษณ์ คำจำกัดความ การวัดผล โอกาสที่คาดว่าจะเกิดเหตุการณ์

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	สัญลักษณ์	คำจำกัดความ	การวัดผล	โอกาสที่คาดว่าจะเกิดเหตุการณ์ CARD
ตัวแปรตาม				
การถือบัตร ATM	CARD	การถือบัตร ATM ของผู้มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร	ถือบัตร ATM =1 ไม่ได้ถือบัตร ATM =0	
ตัวแปรอิสระ				
1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม				
• เพศ	SEX	เพศชายหรือ เพศหญิง	เพศชาย = 1 เพศหญิง = 0	+
• อายุ	AGE	อายุในปี พ.ศ 2544	จำนวนปี	+
• สถานภาพสมรส	STATUS	สถานภาพสมรส ในขณะที่สำรวจ ในปี พ.ศ 2544	โสด = 1 สมรส = 0 หม้าย/หย่าร้าง = 0	+
• ระดับการศึกษา	EDUCATION	ระดับการศึกษาสูงสุด ที่อยู่ในสถานศึกษา	จำนวนปีที่ศึกษา	+
• อาชีพ	OCCUPATION	การประกอบอาชีพ	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ / พนักงานบริษัทเอกชน/ พนักงานธนาคาร/ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ นักเรียน/นักศึกษา = 1 เกษียณอายุ /แม่บ้าน = 0	+

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปรที่ทำการ ศึกษา	สัญลักษณ์	คำจำกัดความ	การวัดผล	โอกาสที่คาดว่าจะ เกิดเหตุการณ์ CARD
2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ				
● รายได้	INCOME	รายได้เฉลี่ย/เดือน	จำนวนเงินบาท/เดือน	+
● ทรัพย์สินที่ถือ ครอง	WEALTH	ประเภทของทรัพย์สิน ที่มีอยู่ในครอบครอง	มีทรัพย์สินแต่ละ ประเภท = 1 ไม่มีทรัพย์สินแต่ละ ประเภท = 0	
3. ปัจจัยที่เกิดจากการทำ ตลาดของธนาคาร				
● ชื่อเสียงของธนาคาร ผู้ออกบัตร ATM	BANK	เหตุผลจากชื่อเสียงของ ธนาคารที่ใช้ตัดสินใจ ในการถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+
● การโฆษณาผ่าน สื่อต่าง ๆ	ADVERTISE	เหตุผลจากโฆษณาผ่าน สื่อต่างๆที่ใช้ตัดสินใจ ในการถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+
● รูปแบบบัตร ATM ต่าง ๆ	MODEL	เหตุผลจากรูปแบบ บัตร ATM ที่ใช้ตัดสินใจ ในการถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+
● ความสะดวกในการ ให้บริการ	ATM	เหตุผลจากความ สะดวกที่ใช้ตัดสินใจ ในการถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+
● เทคโนโลยีของ เครื่อง ATM	TECHNOLOGY	เหตุผลจากเทคโนโลยี ของเครื่อง ATM ที่ใช้ ตัดสินใจในการถือบัตร	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+
● บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM	ADVANTAGE	เหตุผลจากบริการเสริม ต่างๆ ที่ใช้กับบัตร ที่ใช้ตัดสินใจในการ ถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปรที่ทำการ ศึกษา	สัญลักษณ์	คำจำกัดความ	การวัดผล	โอกาสที่คาดว่าจะ เกิดเหตุการณ์ CARD
<ul style="list-style-type: none"> ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพา เงินเป็นจำนวนมาก 	SAFETY	เหตุผลจากความปลอดภัย, สะดวกไม่ต้องพกพา เงินเป็นจำนวนมากที่ใช้ ตัดสินใจในการถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+
<ul style="list-style-type: none"> ส่วนลด,ข่าวสารที่ ระบุในใบบันทึก รายการ 	SLIP	เหตุผลจากส่วนลด,ข่าว สารที่ระบุในใบบันทึก รายการ ที่ใช้ตัดสินใจ ในการถือบัตร ATM	ระดับคะแนน 0 = ไม่เห็นด้วย จนถึง 10 = เห็นด้วยมากที่สุด	+

6.3 การวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability of Measurement)

ในการวัดค่าความเชื่อมั่น ได้นำแบบสอบถามที่ได้สัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้วมาตรวจสอบคุณภาพหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ที่เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีคิดของครอนบาค (Cronbach) ค่ามาตรฐานที่กำหนดของการหาค่าความเชื่อมั่น ที่เป็นค่าที่ยอมรับได้จะเป็นค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป วัดดูประสงค์ของการวัดค่าความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบดูว่าคำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ที่กำหนดขึ้นสามารถอธิบายถึงผลการศึกษาได้อย่างมีความเชื่อมั่นและเชื่อถือได้ อีกทั้งการวัดค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคำถามยังสามารถอธิบายได้ว่าคำถามมีค่าความเชื่อมั่นที่สามารถเชื่อถือได้ ซึ่งในการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่นของคำถามในแต่ละข้อที่กำหนดเป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้มีรวมทั้งสิ้น 8 ข้อ ดังต่อไปนี้

6.3.1 ชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM

คำถามเกี่ยวกับชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM แบ่งเป็น 5 คำถามโดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM ไว้ดังนี้

BANK1	=	ความเก่าแก่ของธนาคาร
BANK2	=	สถานะทางการเงินของธนาคาร
BANK3	=	สาขาของธนาคารมีจำนวนมาก
BANK4	=	ประเภทของบริการมีมาก
BANK5	=	บริการของธนาคารเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

จากตารางที่ 3.3 ปัจจัยของชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM ที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 6.376 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 3.014 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8205 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนดคำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยชื่อเสียงของธนาคารผู้ให้บริการ ATM

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
BANK1	6.560	2.650
BANK2	5.030	2.930
BANK3	8.070	2.580
BANK4	6.330	3.290
BANK5	5.890	6.620
เฉลี่ย (Average)	6.376	3.014

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8205 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .8217

6.3.2 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

คำถามเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ แบ่งเป็น 10 คำถามโดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไว้ดังนี้

ADVERTISE1	=	วิทยุ
ADVERTISE2	=	โทรทัศน์
ADVERTISE3	=	หนังสือพิมพ์
ADVERTISE4	=	นิตยสาร / วารสาร
ADVERTISE5	=	แผ่นพับ
ADVERTISE6	=	Booklet (จัดทำเป็นรูปเล่ม)
ADVERTISE7	=	โปสเตอร์
ADVERTISE8	=	ป้ายโฆษณา
ADVERTISE9	=	จอภาพเครื่อง ATM
ADVERTISE10	=	จัดนิทรรศการ

จากตารางที่ 3.4 ปัจจัยของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 5.959 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 3.640 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .9077 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด คำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยการ โฆษณา ผ่านสื่อต่าง ๆ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
ADVERTISE1	6.390	3.290
ADVERTISE2	6.590	3.180
ADVERTISE3	6.750	3.260
ADVERTISE4	6.710	3.360
ADVERTISE5	6.310	3.120
ADVERTISE6	5.730	5.360
ADVERTISE7	5.550	3.270
ADVERTISE8	5.300	3.570
ADVERTISE9	5.180	3.850
ADVERTISE10	5.080	4.110
เฉลี่ย (Average)	5.959	3.640

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .9077 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .9180

6.3.3 รูปแบบบัตร ATM

คำถามเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM แบ่งเป็น 5 คำถามโดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลรูปแบบบัตร ATM ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยรูปแบบบัตร ATM ไว้ดังนี้

MODEL1 = รูปแบบทันสมัย

MODEL2 = ลีสันสวยงาม

MODEL3 = บัตรมีหลายรูปแบบให้เลือก

MODEL4 = บัตร และแถบแม่เหล็กในบัตรมีคุณภาพดีใช้งานได้
นาน

MODEL5 = ต้องการสะสมบัตรของทุกธนาคาร

จากตารางที่ 3.5 ปัจจัยของรูปแบบบัตร ATM ที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 6.71 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 3.06 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8424 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด คำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยรูปแบบบัตร ATM

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
MODEL1	6.850	2.630
MODEL2	6.830	2.730
MODEL3	6.910	2.920
MODEL4	6.360	3.280
MODEL5	6.600	3.740
เฉลี่ย (Average)	6.710	3.060

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8424 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .8477

6.3.4 ความสะดวกในการให้บริการ

คำถามเกี่ยวกับความสะดวกในการให้บริการแบ่งเป็น 5 คำถามโดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลความสะดวกในการให้บริการ ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับความสะดวกในการให้บริการ ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ ไว้ดังนี้

ATM1 = ติดตั้งเครื่อง ATM ให้บริการทั่วประเทศ มากกว่าธนาคารอื่น

ATM2 = ติดตั้งเครื่อง ATM ให้บริการที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่า ธนาคารอื่น

ATM3 = ติดตั้งเครื่อง ATM ในสถาบันการศึกษามากกว่าธนาคารอื่น

ATM4 = ติดตั้งเครื่อง ATM ในสถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจมากกว่าธนาคารอื่น

ATM5 = ติดตั้งเครื่อง ATM ที่สาขาของธนาคารมากกว่าธนาคารอื่น

จากตารางที่ 3.6 ปัจจัยของความสะดวกในการให้บริการ ที่ใช้ศึกษาว่า มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 8.936 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 2.376 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = 0.5004 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับความสะดวกในการให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนดคำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
ATM1	8.720	1.850
ATM2	8.870	1.870
ATM3	9.070	1.890
ATM4	8.920	1.290
ATM5	9.100	1.980
เฉลี่ย (Average)	8.936	2.376

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .5004 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .5793

6.3.5 เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย

คำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัยแบ่งเป็น 5 คำถาม โดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ไว้ดังนี้

TECHNOLOGY1 = ใช้เวลาในการทำรายการที่เครื่อง ATM ได้รวดเร็วกว่าธนาคารอื่น

TECHNOLOGY2 = การแจ้งข้อมูลข่าวสารบริการ พร้อมรูปภาพบริการของธนาคารผ่านทางจอภาพเครื่อง ATM ทำได้ดีกว่า และมีสีสันสวยงามดูใจให้น่าใช้บริการกว่าธนาคารอื่น

TECHNOLOGY3 = ขนาดของจอภาพ และตัวอักษร ที่ใช้แจ้งข้อความมีขนาดที่ใหญ่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนมากกว่าธนาคารอื่น

TECHNOLOGY4 = เครื่อง ATM ของธนาคารที่ถือบัตร ให้บริการได้หลายรูปแบบมากกว่าการฝาก / ถอน / โอนเงิน อาทิ เดิมเงินบัตร โทรศัพท์, ให้บริการทำรายการผ่าน Internet ที่ธนาคารอื่นไม่สามารถทำได้

TECHNOLOGY5 = เครื่อง ATM มีรูปลักษณะที่ทันสมัยและมีสีสันสวยงาม สะดุดตาจึงให้น่าใช้บริการ มากกว่าธนาคารอื่น

จากตารางที่ 3.7 ปัจจัยของเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัยที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 6.866 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 2.992 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8094 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีมีความทันสมัย มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด คำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
TECHNOLOGY1	7.500	2.390
TECHNOLOGY2	6.970	2.610
TECHNOLOGY3	7.050	2.890
TECHNOLOGY4	6.280	3.310
TECHNOLOGY5	6.530	3.760
เฉลี่ย (Average)	6.866	2.992

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8094 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .8122

6.3.6 บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM

คำถามเกี่ยวกับบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM แบ่งเป็น 5 คำถาม โดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ในการใช้ทดสอบ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ไว้ดังนี้

ADVANTAGE1 = ชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต

ADVANTAGE2 = ชำระค่าสินค้า / บริการ / ค่าสาธารณูปโภค

ADVANTAGE3 = ชำระค่าสินเชื่อกู้เงิน

ADVANTAGE4 = ชำระค่าประกัน

ADVANTAGE5 = ชำระค่าลงทะเบียนเรียน

จากตารางที่ 3.8 ปัจจัยบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 6.374 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 3.028 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8244 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด คำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยบริการเสริม ต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
ADVANTAGE1	6.570	2.640
ADVANTAGE2	5.040	2.950
ADVANTAGE3	8.070	2.610
ADVANTAGE4	6.310	3.300
ADVANTAGE5	5.880	3.640
เฉลี่ย (Average)	6.374	3.028

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8244 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .8256

6.3.7 ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก

คำถามเกี่ยวกับความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก แบ่งเป็น 5 คำถาม โดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ไว้ดังนี้

SAFETY1 = สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก

SAFETY2 = ป้องกันการสูญหายของเงิน

SAFETY3 = สะดวกในการซื้อสินค้า / บริการ โดยไม่ต้องใช้เงินสด

SAFETY4 = สร้างความคล่องตัวในการใช้เงินในระบบการเงิน

SAFETY5 = เป็นวิถีทางการใช้เงินในการดำรงชีวิตในปัจจุบันที่ต้องถือบัตร ATM แทนเงินสด

จากตารางที่ 3.9 ปัจจัยความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 7.218 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 2.886 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8031 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับความปลอดภัย, สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด คำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยความปลอดภัยสะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
SAFETY1	7.880	2.280
SAFETY2	7.360	2.570
SAFETY3	7.380	2.800
SAFETY4	6.720	3.140
SAFETY5	6.750	3.640
เฉลี่ย (Average)	7.218	2.886

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8031 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .8080

6.3.8 ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ

คำถามเกี่ยวกับส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ แบ่งเป็น 5 คำถาม โดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผล ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการไว้ดังนี้

SLIP1 = ได้รับความคุ้มครองส่วนบุคคล

SLIP2 = ได้รับความรู้ข่าวสารการส่งเสริมการขายของธนาคารร่วมกับ
บริษัท/ห้างร้าน

SLIP3 = ซื้อสินค้า / บริการได้ในราคาถูกลง

SLIP4 = ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า / บริการ

SLIP5 = เป็นแหล่งที่ให้คุ้มครองส่วนบุคคลค่าสินค้าที่เป็นสินค้าประเภท
อุปโภคและบริโภคเป็นส่วนใหญ่

จากตารางที่ 3.10 ปัจจัยส่วนบุคคล ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 5.88 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 3.058 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8188 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับส่วนบุคคล ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ มีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนดคำถามสามารถเชื่อถือได้ดังแสดงในตารางที่ 3.10

ตารางที่ 3.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยส่วนบุคคล ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
SLIP1	7.300	2.680
SLIP2	6.220	2.870
SLIP3	6.150	3.010
SLIP4	5.330	3.290
SLIP5	4.400	3.440
เฉลี่ย (Average)	5.880	3.058

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .8188 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .8218

6.3.9 ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร

คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคารที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM รวมทั้ง 8 ข้อ โดยกำหนดเป็นระดับคะแนนในการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจากเหตุผลต่าง ๆ ทั้ง 8 ข้อ ซึ่งกำหนดไว้ตั้งแต่ 0 คะแนน จนถึง 10 คะแนน

คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ทั้ง 8 ข้อ ในการใช้ทดสอบค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ได้กำหนดตัวแปรของปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ไว้ดังนี้

BANK	= ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM
ADVERTISE	= การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ
MODEL	= รูปแบบบัตร ATM
ATM	= ความสะดวกในการให้บริการ
TECHNOLOGY	= เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย
ADVANTAGE	= บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM
SAFETY	= ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก
SLIP	= ส่วนลด ข่าวสาร ที่ระบุในใบบันทึกรายการ

จากตารางที่ 3.11 ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ทั้ง 8 ข้อที่ใช้ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ย (Mean) = 6.789 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 3.006 และค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .9130 แสดงได้ว่าคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคารทั้ง 8 ข้อ มีความเชื่อมั่นสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด คำถามสามารถเชื่อถือได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น ของปัจจัยที่เกิดจากการดำเนิน
การตลาด

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
BANK	6.376	3.014
ADVERTISE	5.959	3.640
MODEL	6.710	3.060
ATM	8.936	2.376
TECHNOLOGY	6.866	2.992
ADVANTAGE	6.374	3.028
SAFETY	7.218	2.886
SLIP	5.880	3.058
เฉลี่ย (Average)	6.789	3.006

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) = .9130 ค่ามาตรฐานความเชื่อมั่น (Standardized Alpha) = .9137

จากตารางที่ 3.3 - ตารางที่ 3.11 แสดงให้เห็นว่าคำถามที่สร้างขึ้นในแบบสอบถามเพื่อ
การวิจัยครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่สูง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดของการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM โดยใช้วิธีการสำรวจข้อมูล ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผลการสำรวจจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า ใน กรุงเทพมหานคร เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี โดยใช้แบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 600 ชุด เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 575 ชุด ไม่สมบูรณ์ จำนวน 25 ชุด มีรายละเอียดของข้อมูล ดังนี้

1.1 ด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม

จากผลการสำรวจพบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างที่สอบถาม กลุ่มที่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.43 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 28.52 ส่วนอายุพบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 14 - 40 ปี ซึ่งเป็นผู้ถือบัตร ATM ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.52 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุอยู่ระหว่าง 41-51 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.59 ส่วนสถานภาพสมรสพบว่า ผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.70 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นหม้าย/หย่าร้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.35 ส่วนระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM จะมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาตอนปลาย (ป.6,ป.7) จนถึงระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.87 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษาจนถึงระดับประถมศึกษาตอนต้น (ป.4) ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษา-เรียนไม่จบป.4 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.84

และอาชีพพบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน/พนักงานธนาคาร/ประกอบธุรกิจส่วนตัว/นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานธนาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.05 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มอาชีพแม่บ้านและผู้ที่เกี่ยวข้องอายุ ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอายุมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 รายละเอียดดังในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม

คุณลักษณะทางประชากรและสังคม		ผู้ถือบัตร ATM	ผู้ไม่ถือบัตร ATM
		N = 309	N = 266
		ร้อยละ	ร้อยละ
1) เพศ	ชาย	31.30	17.74
	หญิง	22.44	28.52
2) อายุ	14 - 20 ปี	20.52	21.44
	21 - 30 ปี	29.04	7.89
	31 - 40 ปี	32.52	6.39
	41 - 50 ปี	12.17	29.69
	51 ปีขึ้นไป	5.75	34.59
3) สถานภาพสมรส	โสด	56.70	21.80
	สมรส	32.17	36.85
	หม้าย / หย่าร้าง	11.13	41.35

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณลักษณะของประชากรและสังคม	ผู้ถือบัตร ATM	ผู้ไม่ถือบัตร ATM
	N = 309	N = 266
	ร้อยละ	ร้อยละ
4) ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษา-เรียนไม่จบป.4	1.56	36.84
ประถมศึกษาตอนต้น (ป.4)	2.61	32.71
ประถมศึกษาตอนปลาย (ป.6,ป.7)	6.78	6.39
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	16.52	11.28
แม่บ้าน	6.78	32.71
เกษียณ	2.09	35.71
5) อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26.78	5.64
พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานธนาคาร	41.05	2.63
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10.78	7.89
นักเรียน/นักศึกษา	12.52	15.41
แม่บ้าน	6.78	32.71
เกษียณ	2.09	35.71

1.2 ด้านเศรษฐกิจ

ในการศึกษาด้านเศรษฐกิจได้กำหนดปัจจัยที่จะทำการศึกษาไว้ 2 ปัจจัย ดังนี้

1.2.1 รายได้

จากผลการสำรวจพบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างที่สอบถาม ผู้ที่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 - 30,000บาท ซึ่งจะเป็นรายได้ในช่วง 10,001- 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.70 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะมีรายได้ในช่วง 1,000 - 20,000 บาท ซึ่งจะเป็นรายได้ในช่วง 1,000 – 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.72 ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับรายได้	ผู้ถือบัตร ATM	ผู้ไม่ถือบัตร ATM
	N = 309	N = 266
	ร้อยละ	ร้อยละ
1,000 - 10,000 บาท	11.48	38.72
10,001 - 20,000 บาท	44.70	35.71
20,001 - 30,000 บาท	39.13	16.92
30,001 - 40,000 บาท	2.26	4.51
40,001 บาทขึ้นไป	2.43	4.14

1.2.2 ทรัพย์สินที่ถือครอง

จากผลการสำรวจพบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างที่สอบถาม ผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะถือครองทรัพย์สินประเภทบ้าน ที่ดิน รถยนต์ รถจักรยานยนต์มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการถือครองสินทรัพย์ในประเภทเดียวกันของผู้ที่ถือบัตร ATM ส่วนทรัพย์สินประเภท โทรศัพท์ เครื่องเล่นสเตอริโอ เครื่องเล่นวีดีโอ ตู้เย็น พบว่าผู้ถือบัตร ATM และผู้ไม่ถือบัตร ATM ถือครองทรัพย์สินประเภทดังกล่าวในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เพราะเป็นทรัพย์สินที่มีราคาไม่แพงสามารถหาซื้อได้ง่าย ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ทรัพย์สินที่ถือครอง

ประเภทของทรัพย์สิน	ผู้ถือบัตร ATM		ผู้ไม่ถือบัตร ATM	
	N = 309		N = 266	
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1) บ้าน	46.93	53.07	93.98	6.02
2) ที่ดิน	7.12	92.88	14.66	85.34
3) รถยนต์	29.77	70.23	85.34	14.66
4) รถจักรยานยนต์	20.39	79.61	74.44	25.56
5) โทรศัพท์มือถือ	59.55	40.45	91.35	8.65
6) เครื่องคอมพิวเตอร์	9.71	90.29	27.07	72.93
7) โทรทัศน์	95.46	4.54	99.62	0.38
8) เครื่องเล่นสเตอริโอ	84.14	15.86	97.37	2.63
9) เครื่องเล่นวีดีโอ	31.39	68.61	43.98	56.02
10) ตู้เย็น	97.09	2.91	93.98	6.02
11) เครื่องซักผ้า	48.22	51.78	87.97	12.03

จากการศึกษาเพิ่มเติมลูกค้าผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ พบว่าผู้ที่เป็
 ลูกค้าผู้ถือบัตร ATM ของธนาคาร ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่มีรายได้ประจำเป็นเงินไม่
 สูงนักเป็นกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / นักเรียน / นักศึกษา ส่วนกลุ่มลูก
 ค้ารายใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ใช้บัตร
 เครดิตและเช็ค แทนการใช้เงินสดหรือบัตร ATM ในการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการ จึงเป็นไปได้
 ว่ากลุ่มลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตหรือใช้เช็คเป็นผู้ที่มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีมีทรัพย์สินที่อยู่ในครอบ
 ครองเป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มผู้ถือบัตร ATM

1.3 ด้านที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถามได้ให้ความคิดเห็นของแต่ละเหตุผลที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคารทั้ง 8 ข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างได้ตอบคำถามข้อที่เห็นด้วยมากที่สุด = 10 คะแนน ในแต่ละปัจจัย ที่ใช้ในการตัดสินใจในการถือบัตร ATM มีดังต่อไปนี้

1.3.1 ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM

จากตารางที่ 4.4 พบว่าปัจจัยชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM ในหัวข้อปัจจัยสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 8.070 แสดงว่าสาขาของธนาคารมีจำนวนมากมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
1. ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM	
1) สาขาของธนาคารมีจำนวนมาก	8.070
2) ความเก่าแก่ของธนาคาร	6.560
3) ประเภทของบริการมีมาก	6.330
4) บริการของธนาคารเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	5.890
5) สถานะทางการเงินของธนาคาร	5.030

1.3.2 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

จากตารางที่ 4.5 พบว่าปัจจัยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ในหัวข้อปัจจัยหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 6.750 แสดงว่าการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	
1) หนังสือพิมพ์	6.750
2) นิตยสาร / วารสาร	6.710
3) โทรทัศน์	6.590
4) วิทยุ	6.390
5) แผ่นพับ	6.310
6) Booklet	5.730
7) โปสเตอร์	5.550
8) ป้ายโฆษณา	5.300
9) จอภาพเครื่อง ATM	5.180
10) จัดนิทรรศการ	5.080

1.3.3 รูปแบบบัตร ATM

จากตารางที่ 4.6 พบว่าปัจจัยรูปแบบบัตร ATM ในหัวข้อปัจจัยบัตรมีหลายรูปแบบให้เลือก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 6.910 แสดงว่าบัตรมีหลายรูปแบบให้เลือกมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยรูปแบบบัตร ATM

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. รูปแบบบัตร ATM	
1) บัตรมีหลายรูปแบบให้เลือก	6.910
2) รูปแบบทันสมัย	6.850
3) สีสีนสวยงาม	6.830
4) ต้องการสะสมบัตรของทุกธนาคาร	6.600
5) บัตรและแถบแม่เหล็กในบัตรมีคุณภาพดีใช้งานได้นาน	6.360

1.3.4 ความสะดวกในการให้บริการ

จากตารางที่ 4.7 พบว่าปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ ในหัวข้อปัจจัยติดตั้งเครื่อง ATM ที่สาขาของธนาคารมากกว่าธนาคารอื่นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 9.100 แสดงว่าการติดตั้งเครื่อง ATM ที่สาขาของธนาคารมากกว่าธนาคารอื่นมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
4. ความสะดวกในการให้บริการ	
1) ติดตั้งเครื่อง ATM ที่สาขาของธนาคารมากกว่าธนาคารอื่น	9.100
2) ติดตั้งเครื่อง ATM ในสถาบันการศึกษามากกว่าธนาคารอื่น	9.070
3) ติดตั้งเครื่อง ATM ในสถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจมากกว่าธนาคารอื่น	8.920
4) ติดตั้งเครื่อง ATM ให้บริการที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่าธนาคารอื่น	8.870
5) ติดตั้งเครื่อง ATM ที่สาขาของธนาคารมากกว่าธนาคารอื่น	8.720

1.3.5 เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย

จากตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ในหัวข้อปัจจัยใช้เวลาในการทำรายการที่เครื่อง ATM ได้รวดเร็วกว่าธนาคารอื่นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 7.500 แสดงว่าการใช้เวลาในการทำรายการที่เครื่อง ATM ได้รวดเร็วกว่าธนาคารอื่นมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
5. เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย	
1) ใช้เวลาในการทำรายการที่เครื่อง ATM ได้รวดเร็วกว่าธนาคารอื่น	7.500
2) ขนาดของจอภาพและตัวอักษรที่ใช้แจ้งข้อความมีขนาดที่ใหญ่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนกว่าธนาคารอื่น	7.050
3) การแจ้งข้อมูลข่าวสารบริการ พร้อมรูปภาพบริการของธนาคารผ่านทางจอภาพเครื่อง ATM ทำได้ดีกว่าและมีสีสันสวยงามดึงดูดใจให้น่าใช้บริการกว่าธนาคารอื่น	6.970
4) เครื่อง ATM มีรูปลักษณะที่ทันสมัยและมีสีสันสวยงามสะดุดตาดึงดูดใจให้น่าใช้บริการมากกว่าธนาคารอื่น	6.530
5) เครื่อง ATM ของธนาคารที่ถือบัตร ให้บริการได้หลายรูปแบบมากกว่าการฝาก/ถอน/โอนเงิน อาทิ เดิมเงินบัตรโทรศัพท์, ให้บริการทำรายการผ่าน Internet ที่ธนาคารอื่นไม่สามารถทำได้	6.280

1.3.6 บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM

จากตารางที่ 4.9 พบว่าปัจจัยบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ในหัวข้อ ปัจจัยชำระค่าสินเชื่อกู้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 8.070 แสดงว่าการชำระค่าสินเชื่อกู้มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยบริการเสริมต่างๆที่ใช้กับบัตร ATM

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
6. บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM	
1) ชำระค่าสินเชื่อกู้	8.070
2) ชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต	6.570
3) ชำระค่าเบี้ยประกัน	6.310
4) ชำระค่าลงทะเบียนเรียน	5.880
5) ชำระค่าสินค้า / บริการ / ค่าสาธารณูปโภค	5.040

1.3.7 ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าปัจจัยความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ในหัวข้อปัจจัยสะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมากมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 7.880 แสดงว่าความสะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
7. ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก	
1) สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก	7.880
2) สะดวกในการซื้อสินค้า/บริการ โดยไม่ต้องใช้เงินสด	7.380
3) ป้องกันการสูญหายของเงิน	7.360
4) เป็นวิถีทางการใช้เงินในการดำรงชีวิตในปัจจุบันที่ต้องถือบัตร ATM แทนเงินสด	6.750
5) สร้างความคล่องตัวในการใช้เงินในระบบการเงิน	6.720

1.3.8 ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ

จากตารางที่ 4.11 พบว่าปัจจัยส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ ในหัวข้อปัจจัยได้รับคุ้มครองส่วนลดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 7.300 แสดงว่าการได้รับคุ้มครองส่วนลด มีอิทธิพลต่อการถือบัตรATM มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ

ปัจจัยจากการดำเนินการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)
8. ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ	
1) ได้รับคุ้มครองส่วนลด	7.300
2) ได้รับรู้ข่าวสารการส่งเสริมการขายของธนาคารร่วมกับบริษัท/ห้างร้าน	6.220
3) ซื้อสินค้า/บริการได้ในราคาถูกลง	6.150
4) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า/บริการ	5.330
5) เป็นแหล่งที่ให้คุ้มครองส่วนลดค่าสินค้าที่เป็นสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภคเป็นส่วนใหญ่	4.400

2. ข้อมูลการถือบัตร ATM

จากผลการสำรวจข้อมูลการใช้บริการบัตร ATM ของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า ในกรุงเทพมหานคร เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี ผลการสำรวจมีดังนี้

2.1 การถือครองบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ส่วนใหญ่ถือบัตร ATM คิดเป็นร้อยละ 53.73 เขตบางกะปิมีประชากรกลุ่มตัวอย่างถือบัตร ATM มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 15.13 สำหรับผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM คิดเป็นร้อยละ 46.27 เขตธนบุรี มีประชากรกลุ่มตัวอย่างไม่ถือบัตร ATM มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 13.04 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การถือครองบัตร ATM ของแต่ละเขตที่สำรวจ ในเขตกรุงเทพมหานคร

พื้นที่ที่ทำการสำรวจ	ผู้ถือบัตร ATM	ผู้ไม่ถือบัตร ATM
	ร้อยละ	ร้อยละ
เขตลาดพร้าว	14.43	11.48
เขตบางกะปิ	15.13	9.39
เขตปทุมวัน	13.39	12.36
เขตธนบุรี	10.78	13.04
รวม	53.73	46.27

2.2 การเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของแต่ละธนาคาร

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 29.94 ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของแต่ละธนาคาร ในกรุงเทพมหานคร

ธนาคาร	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	29.94
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	24.60
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	11.00
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	10.68
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด	8.74
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	6.47
ธนาคารทหารไทย จำกัด	2.59
ธนาคารเอเชีย จำกัด	2.27
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด	1.29
ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด	0.97
ธนาคารยูโอบีรัตนสิน จำกัด	0.65
ธนาคารศรีนคร จำกัด	0.65
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	0.65

2.3 เหตุผลที่เลือกพกพาบัตร ATM ติดตัว

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่เลือกถือบัตร ATM จากเหตุผลความปลอดภัยและลดความเสี่ยงกว่าการถือเงินสด คิดเป็นร้อยละ 90.94 และเหตุผลรองลงมาคือ สามารถทำรายการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงินและอื่นๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 79.74 ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 เหตุผลที่เลือกพกพาบัตร ATM ติดตัว*

เหตุผล	ร้อยละ
1) ปลอดภัยและลดความเสี่ยงกว่าการถือเงินสด	90.94
2) สามารถทำรายการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงิน และอื่นๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	79.74
3) ซื้อสินค้า/บริการได้ทันที (เช่น ใช้บัตรเดบิต, บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์)	32.36

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.4 เหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM จากเหตุผลใช้เงินสดในการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 62.78 รองลงมาจากเหตุผลต้องเสียค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมทำบัตรและค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปี) คิดเป็นร้อยละ 31.95 จากผลการศึกษาอาจเป็นไปได้ว่าการที่ลูกค้าไม่ต้องการถือบัตร ATM นอกจากจะใช้เงินสดในการชำระเงินแล้ว เหตุผลที่สำคัญ คือต้องเสียค่าธรรมเนียม จึงเป็นเหตุผลที่น่าสนใจที่ผู้ที่เกี่ยวข้องจะนำมาพิจารณา ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 เหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM

เหตุผล	ร้อยละ
1) ใช้เงินสดในการชำระเงิน	62.78
2) ต้องเสียค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมทำบัตรและค่าธรรมเนียมใช้บริการรายปี)	31.95
3) ใช้บัตรเครดิต	4.14
4) ใช้ไม่เป็น	1.13

2.5 การถือบัตรอื่น นอกจากการถือบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม กลุ่มผู้ถือบัตร ATM จะถือบัตรอื่นด้วย นอกจากถือบัตร ATM ซึ่งบัตรที่ถือมากที่สุดคือ บัตรเครดิตวีซ่า คิดเป็นร้อยละ 28.80 สำหรับกลุ่มที่ไม่ถือบัตร ATM จะถือบัตรอื่น และบัตรที่ถือมากที่สุดคือ บัตรเครดิตวีซ่า คิดเป็นร้อยละ 30.08 ซึ่งเป็นสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ที่มากกว่ากลุ่มผู้ถือบัตร ATM ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การถือบัตรอื่น นอกจากการถือบัตร ATM

ประเภทบัตรอื่น	ผู้ถือบัตร ATM	ผู้ไม่ถือบัตร ATM
	N = 309	N = 266
	ร้อยละ	ร้อยละ
1) บัตรเครดิตวีซ่า	28.80	30.08
2) บัตรเครดิตในประเทศ	15.86	16.92
3) บัตรอออน	13.92	14.29
4) บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์	11.65	12.03
5) บัตรมาร์สเตอร์	8.41	8.64
6) บัตรห้างเซ็นทรัล พลาซ่า	6.79	2.26
7) บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	5.18	5.26
8) บัตรห้างเดอะมอลล์	4.21	4.51
9) บัตรห้างโลตัส	2.27	3.01
10) บัตรห้างโรบินสัน	1.94	1.88
11) บัตรไดเนอร์คลับ	0.97	1.13

2.6 ความคิดเห็นในการให้บริการ ATM

จากการสำรวจพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ ATM ทั้งในด้านรูปแบบบัตร ATM การให้บริการที่เกิดจากบัตร ATM และเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ไว้ดังต่อไปนี้

2.6.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM สีเงิน ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM คือ ต้องการให้เป็นภาพที่บ่งบอกความทันสมัยและมีสีเงินสวยงามคิดเป็นร้อยละ 25.24 ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM สีเงิน ที่ถูกค่าให้ความสำคัญ ในการใช้ตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM

รูปแบบบัตร ATM สีเงิน	ร้อยละ
1) เป็นภาพที่บ่งบอกความทันสมัย และมีสีเงินสวยงาม	25.24
2) เป็นภาพแบบไทยๆ	10.68
3) มีรูปถ่ายผู้ถือบัตร ติดไว้ที่บัตร ATM	9.72
4) เป็นภาพสถานที่ท่องเที่ยว	8.41
5) เป็นภาพวิว หรือ แม่น้ำ	8.41
6) เป็นภาพโบราณสถานของไทย	8.09
7) บัตรมีหลายแบบให้เลือก	7.77
8) เป็นภาพที่บ่งบอกเอกลักษณ์ของธนาคารเจ้าของบัตร	7.12
9) เป็นภาพเกี่ยวกับตัวเลข	3.88
10) เป็นภาพดอกไม้	3.56
11) แถบแม่เหล็กที่บัตร ให้มีคุณภาพดีใช้งานได้นาน	3.56
12) เป็นภาพสัตว์ป่าสงวน	3.56

2.6.2 ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการบัตร ATM ของธนาคาร

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ ATM ของธนาคาร เนื่องจากบัตร ATM มีบริการหลายรูปแบบที่ใช้กับบัตรได้ ซึ่งเป็นบัตร ATM ของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.09 ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการบัตร ATM ของธนาคาร เนื่องจากมีบริการหลายรูปแบบที่ใช้กับบัตร ATM

ธนาคาร	ร้อยละ
1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	26.09
2) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	23.48
3) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	21.74
4) ธนาคารกรุงไทย จำกัด	9.74
5) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	5.04
6) ธนาคารเอเซีย จำกัด	4.17
7) ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด	3.83
8) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด	1.74
9) ธนาคารทหารไทย จำกัด	1.57
10) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	1.22
11) ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด	0.69
12) ธนาคารยูโอบีรัตนสิน จำกัด	0.52
13) ธนาคาร ศรีนคร จำกัด	0.17

2.6.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ติดตั้งเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ต้องการให้ธนาคารติดตั้งเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM โดยต้องการให้ติดตั้งเครื่อง ATM ที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.43 ซึ่งสะดวกเวลาที่เดินทางไปจับจ่ายซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า รองลงมาให้ติดตั้งที่ร้าน 7'eleven เนื่องจากมีสาขาจำนวนมาก อยู่ใกล้ที่บ้าน สถานที่ทำงาน และใกล้ป้ายรถประจำทาง สะดวกที่จะมาใช้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ต้องการให้ธนาคารติดตั้งเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM

สถานที่ที่ต้องการให้ติดตั้งเครื่อง ATM	ร้อยละ
1) ห้างสรรพสินค้า	30.43
2) ร้าน 7'eleven	20.87
3) สถานที่ราชการ	15.48
4) มหาวิทยาลัย	14.96
5) ร้านแฟมิลี่มาร์ท	5.22
6) ปั้มน้ำมัน	3.65
7) ร้านสะดวกซื้อ	2.43
8) สถานที่ชุมชน	1.57
9) อาคารที่สำนักงาน	1.22
10) โรงพยาบาล	1.22
11) สถานีรถไฟ	0.70
12) ร้านซูเปอร์สโตร์	0.52
13) ร้านอาหาร	0.52
14) หน้าหมู่บ้าน	0.52
15) แหล่งที่ท่องเที่ยว	0.35
16) ป้อมตำรวจ	0.17
17) AM/PM มินิมาร์ท	0.17

2.6.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ สีสັນของเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ สีสັນ เครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ของธนาคาร ที่มีสีสັນสะดุดตาสนใจให้ลูกค้าต้องการมาใช้บริการ เห็นว่ารูปแบบ สีสັນเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด เป็นเครื่อง ATM ที่ลูกค้าต้องการมาใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.65 ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ สีสັນ เครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ของธนาคารที่ลูกค้าต้องการมาใช้บริการ

ธนาคาร	ร้อยละ
1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	23.65
2) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	22.61
3) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	21.39
4) ธนาคารกรุงไทย จำกัด	10.27
5) ธนาคารเอเซีย จำกัด	6.44
6) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	4.87
7) ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด	3.83
8) ธนาคารทหารไทย จำกัด	2.79
9) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด	2.43
10) ธนาคารยูโอบีรัตนสิน จำกัด	0.86
11) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	0.52
12) ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด	0.17
13) ธนาคารศรีนคร จำกัด	0.17

2.6.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความทันสมัยด้านเทคโนโลยี ของเครื่อง ATM ที่ใช้

กับบัตร ATM

จากการสำรวจพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความทันสมัยด้านเทคโนโลยีของเครื่อง ATM ของธนาคาร ที่ใช้กับบัตร ATM เห็นว่าเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด มีความทันสมัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.22 ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความทันสมัยด้านเทคโนโลยี เครื่อง ATM ของธนาคาร ที่ใช้กับบัตร ATM

ธนาคาร	ร้อยละ
1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	29.22
2) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	24.52
3) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	23.65
4) ธนาคารกรุงไทย จำกัด	7.83
5) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	3.48
6) ธนาคารเอเซีย จำกัด	3.30
7) ธนาคารทหารไทย จำกัด	2.61
8) ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด	2.43
9) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด	1.39
10) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	0.52
11) ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด	0.35
12) ธนาคารศรีนคร จำกัด	0.35
13) ธนาคารยูโอบีรัตนสิน จำกัด	0.35

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM

การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ แบบ Binary Logistic ที่มีการแบ่งประเภทของตัวแปรตามเป็นสองคุณลักษณะ คือ กลุ่มที่สนใจศึกษา กำหนดให้เท่ากับ 1 และให้กลุ่มผู้ไม่ถือบัตร ATM เป็นกลุ่มอ้างอิง กำหนดให้เท่ากับ 0 โดยนำปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อการถือบัตร ATM โดยผลการวิเคราะห์ปรากฏดังในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แบบ Binary Logistic ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM

	ค่าทางสถิติที่วิเคราะห์		
	B	S.E	Exp(B)
ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม			
● เพศ	-0.079	0.453	0.924
● อายุ	0.050	0.031	1.051
● สถานะภาพสมรส	-0.069	0.585	0.933
● ระดับการศึกษา	0.240**	0.107	1.272
● อาชีพ	3.139***	0.850	23.084
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ			
● รายได้	0.001***	0.000	1.001
● ทรัพย์สินที่ถือครอง	-0.185**	0.082	0.831
ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร			
● ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM	-0.117	0.080	0.890
● การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	0.056***	0.012	1.057
● รูปแบบบัตร ATM	0.037	0.022	1.038
● ความสะดวกในการให้บริการ	0.191***	0.045	1.211
● เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย	-0.035	0.025	0.966
● บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM	0.150*	0.076	1.162
● ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก	-0.014	0.026	0.986
● ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ	-0.024	0.023	0.976
-2 Log Likelihood	144.291		
Cox & Snell R Square	0.677		
Nagelkerke R Square	0.904		
Chi-square	0.921		
Percent correctly predicted	94.1%		

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

**ระดับนัยสำคัญ 0.01

***ระดับนัยสำคัญ 0.001

จากผลการศึกษาจะเห็นว่า ค่า Nagelkerke R Square เท่ากับ 0.904 และค่า Cox & Snell R Square เท่ากับ 0.677 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความสัมพันธ์และสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างดี ค่า Percent Correctly predicted เท่ากับ 94.1 ซึ่งแสดงว่าแบบจำลองที่ทำการวิเคราะห์สามารถอธิบายความถูกต้องได้ร้อยละ 94.1 ค่าคงที่ α มีค่าเท่ากับ -34.485 (สมการ 4.1) หมายถึงเมื่อค่าของ X_i (ตัวแปรอิสระ) มีค่าเป็น 0 ค่าของลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสจะมีค่าเป็น -34.485 แต่ค่าความน่าจะเป็นมีค่าเป็นลบไม่ได้ ในที่นี้ก็คือมีค่าเป็น 0 หมายถึงเมื่อ X_i มีค่าเป็น 0 ค่าความน่าจะเป็นก็มีค่าเป็น 0 ด้วย สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อปัจจัย อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ทรัพย์สินที่ถือครอง ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รูปแบบบัตร ATM ความสะดวกในการให้บริการเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ มีค่าเท่ากับ 0 โอกาสที่จะมีผู้ถือบัตร ATM จะไม่เกิดขึ้น

ระดับการศึกษา มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.240 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 1.272 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายถึง เมื่อประชากรในกรุงเทพมหานครมีการศึกษาสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเปลี่ยนไป 1.272 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อประชากรมีการศึกษาสูงขึ้นจะทำให้ Odds ratio เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

อาชีพ มีค่าทางสถิติเท่ากับ 3.139 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 23.084 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หมายถึง เมื่อประชากรในกรุงเทพมหานครมีอาชีพเปลี่ยนไป 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเปลี่ยนไป 23.084 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อประชากรประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ นักเรียน / นักศึกษา จะทำให้ Odds ratio เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร / ประกอบธุรกิจส่วนตัว นักเรียน / นักศึกษาจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

รายได้ ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดให้ประชากรที่ยังไม่มีรายได้หรือกำลังศึกษาอยู่ให้ใช้รายได้ที่ได้รับจากบิดามารดาหรือผู้ปกครองแทน ผลการศึกษาปรากฏว่า รายได้มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.001 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 1.001 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หมายถึง เมื่อประชากรในกรุงเทพมหานครมีระดับรายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเพิ่มขึ้น 1.001 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ Odds ratio

เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

ทรัพย์สินที่ถือครอง มีค่าทางสถิติเท่ากับ -0.185 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 0.831 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายถึง เมื่อประชากรในกรุงเทพมหานครมีทรัพย์สินที่ถือครองเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเปลี่ยนไป 0.831 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อประชากรมีทรัพย์สินที่ถือครองเพิ่มขึ้นจะทำให้ Odds ratio ลดลง หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM ลดลง โดยผลการศึกษาเป็นไปในทางลบหรือทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.560 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 1.057 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายถึง เมื่อธนาคารทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการบัตร ATM เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเปลี่ยนไป 1.057 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อธนาคารทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการบัตร ATM เพิ่มขึ้นจะทำให้ Odds ratio เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

ความสะดวกในการให้บริการ มีค่าทางสถิติเท่ากับ 0.191 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 1.211 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หมายถึง เมื่อธนาคารได้อำนวยความสะดวกในการให้บริการโดยการติดตั้งเครื่อง ATM เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเปลี่ยนไป 1.211 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อธนาคารได้อำนวยความสะดวกในการให้บริการโดยการติดตั้งเครื่อง ATM เพิ่มขึ้นจะทำให้ Odds ratio เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ค่าทางสถิติเท่ากับ 0.150 ค่า Odds Ratio เท่ากับ 1.162 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายถึง เมื่อธนาคารให้บริการเสริมที่สามารถใช้กับบัตร ATM เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าลอการิทึมของอัตราส่วนของโอกาสเปลี่ยนไป 1.162 หรือสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อธนาคารให้บริการเสริมที่ใช้กับบัตร ATM เพิ่มขึ้นจะทำให้ Odds ratio เพิ่มขึ้น หรือโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น โดยผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้

แต่อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาปัจจัยเพศ ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเป็นไปได้ว่าในการถือบัตร ATM เพศหญิงมีความต้องการถือบัตร ATM มากกว่าเพศชายจึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากเมื่อประชากรที่สูงอายุหรืออยู่ในวัยเกษียณอายุจะไม่มี

ความต้องการถือบัตร ATM จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสถานภาพสมรสที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีสถานภาพสมรสแล้วและอยู่ในวัยทำงานมีความต้องการถือบัตร ATM เช่นเดียวกับผู้ที่มีสถานภาพโสด จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากผู้ที่ต้องการถือบัตร ATM ไม่ได้คำนึงถึงชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM ในการเลือกที่จะถือบัตร ATM จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนรูปแบบบัตร ATM ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากผู้ที่ต้องการถือบัตร ATM ไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบบัตร ATM ในการเลือกที่จะถือบัตร ATM จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากผู้ที่ต้องการถือบัตร ATM ไม่ได้คำนึงถึงเทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัยของธนาคารที่เป็นเจ้าของบัตรในการเลือกถือบัตร ATM จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนความปลอดภัยสะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากผู้ที่ต้องการถือบัตร ATM ไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมากในการเลือกถือบัตร ATM จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และส่วนลดข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการถือบัตร ATM อาจเนื่องมาจากผู้ที่ต้องการถือบัตร ATM ไม่ได้คำนึงถึงส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการในการเลือกถือบัตร ATM จึงทำให้ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ข้อสรุปจากการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ข้อสรุปผลการศึกษาเชิงพรรณนา

เพศ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เพศชายจะถือบัตร ATM มากกว่าเพศหญิง สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่เพศชายไม่ถือบัตร ATM มากกว่าเพศหญิง

อายุ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM จะมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM จะมีสถานภาพเป็นโสด สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นหม้าย หรือ หย่าร้าง

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM จะมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับอื่น ๆ สำหรับกลุ่มผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษา – เรียนไม่จบประถมศึกษาปีที่ 4

อาชีพ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM จะเป็นประชากรที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เอกชน / พนักงานธนาคาร มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่เป็นประชากรที่เกษียณอายุ

รายได้ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000 – 10,000 บาท

ทรัพย์สินที่ถือครอง ส่วนใหญ่ผู้ไม่ถือบัตร ATM มีทรัพย์สินที่ถือครองในสัดส่วนที่มากกว่าผู้ถือบัตร ATM ซึ่งเป็นประเภทสินทรัพย์ที่มีราคาสูง เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ รถจักรยานยนต์

ชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าปัจจัยของสาขาของธนาคารมีจำนวนมาก มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

รูปแบบบัตร ATM ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าปัจจัยบัตรมีหลายรูปแบบให้เลือก มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

ความสะดวกในการให้บริการ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าการติดตั้งเครื่อง ATM ในสถาบันการศึกษามากกว่าธนาคารอื่น มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM

เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าการใช้เวลาในการทำรายการที่เครื่อง ATM ได้รวดเร็วกว่าธนาคารอื่น มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าการใช้ชำระค่าสินค้าเงินกู้ มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นว่าความสะดวกไม่ต้องพกพาเงินเป็นจำนวนมาก มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตร ATM เห็นการได้รับคูปองส่วนลด มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ

นอกจากนี้ในส่วนอื่นๆ ที่ค้นพบจากการวิจัยพบว่า การถือครองบัตร ATM ผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นประชากรตัวอย่างที่อยู่ในเขตบางกะปิ สำหรับกลุ่มผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นประชากรที่อยู่ในเขตธนบุรี ส่วนการเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของแต่ละธนาคาร พบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ถือบัตร ATM ของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด ส่วนเหตุผลที่เลือกพกพาบัตร ATM พบว่าผู้ถือบัตร ATM มีเหตุผลในการเลือกพกพาบัตร ATM ส่วนใหญ่มาจากเหตุผลจากความปลอดภัยและลดความเสี่ยงกว่าการถือเงินสด ส่วนเหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM พบว่าผู้ไม่ถือบัตร ATM มีเหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM ส่วนใหญ่มาจากเหตุผลใช้เงินสดในการชำระเงิน รองลงมาจากเหตุผลต้องเสียค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมทำบัตรและค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปี) ส่วนความคิดเห็นในการให้บริการ ATM ที่เกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบัตร ATM สีเงิน ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM คือ ต้องการให้เป็นภาพที่บ่งบอกความทันสมัย และมีสีสันสวยงาม ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการบัตร ATM ของธนาคาร พบว่าประชากร กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการบัตร ATM ของธนาคาร เนื่องมาจากมีบริการหลายรูปแบบที่ใช้กับบัตร ATM ได้ ซึ่งเป็นบัตร ATM ของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด มากที่สุด ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ติดตั้งเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ติดตั้งเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ซึ่งต้องการให้ติดตั้งเครื่อง ATM ที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมาให้ติดตั้งที่ร้าน 7-eleven ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ สีเงินของ

เครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ สีสีนของเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ของธนาคารที่ถูกค้าต้องการมาใช้บริการ เห็นว่ารูปแบบ สีสีนเครื่อง ATM ที่ใช้กับบัตร ATM ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด เป็นเครื่อง ATM ที่ถูกค้าต้องการมาใช้บริการมากที่สุด ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับความทันสมัยด้านเทคโนโลยีของเครื่อง ATM พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความเห็นเกี่ยวกับความทันสมัยด้านเทคโนโลยีของเครื่อง ATM ของธนาคาร ที่ใช้กับบัตร ATM เห็นว่าเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด มีความทันสมัยมากที่สุด

3.2 ข้อสรุปผลการศึกษาเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 หมายความว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่ามีโอกาสที่จะถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ พบว่าอาชีพ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 หมายความว่า อาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานธนาคาร / ประกอบธุรกิจส่วนตัว / นักเรียน / นักศึกษา มีโอกาสที่จะถือบัตร ATM มากกว่าอาชีพอื่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ พบว่า รายได้ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 หมายความว่า หากประชากรมีรายได้มากขึ้น โอกาสที่จะถือบัตร ATM มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทรัพย์สินที่ถือครอง พบว่าทรัพย์สินที่ถือครอง มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แต่เป็นไปในทางลบ หมายความว่าหากมีทรัพย์สินที่ถือครองมากขึ้นโอกาสที่จะถือบัตร ATM จะลดลง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่เป็นในทิศทางตรงกันข้าม

ความสะดวกในการให้บริการ พบว่าความสะดวกในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 หมายความว่า ความสะดวกในการให้บริการ มีโอกาสที่จะทำให้ประชากร ในกรุงเทพมหานคร ถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM พบว่าบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มีโอกาสที่จะทำให้ประชากร ในกรุงเทพมหานครถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ พบว่าการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 หมายความว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีโอกาสที่จะทำให้ประชากร ในกรุงเทพมหานครเลือกถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการศึกษาสามารถเขียนแบบจำลองของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

$$\begin{aligned} \text{Log}(\text{probCARD}_i) / \{1 - (\text{probCARD}_i)\} = & -34.485 - 0.079 \text{SEX} + 0.050 \text{AGE} \\ & - 0.069 \text{STATUS} + 0.240 \text{EDUCATION} + 3.139 \text{OCCUPATION} \\ & + 0.001 \text{INCOME} - 0.185 \text{WEALTH} - 0.117 \text{BANK} + 0.056 \text{ADVERTISE} \\ & + 0.037 \text{MODEL} + 0.0191 \text{ATM} - 0.035 \text{TECHNOLOGY} \\ & + 0.150 \text{ADVANTAGE} - 0.014 \text{SAFETY} - 0.024 \text{SLIP} \end{aligned} \quad (4.1)$$

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยจะสรุปผลตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเสนอแนวทางการใช้ประโยชน์ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการขยายฐานบัตร ATM ให้มีประสิทธิภาพโดยใช้วิธีการทางเศรษฐศาสตร์

วิธีการดำเนินการวิจัยได้ทำการศึกษาจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตปทุมวัน เขตธนบุรี เขตละ 150 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 600 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ได้นำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ ความถดถอยโลจิสติกโดยแบบจำลอง Logit Model เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

สำหรับผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยอาชีพ ระดับการศึกษา ความสะดวกในการให้บริการ บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM เป็นไปในทิศทางบวก ยกเว้นทรัพย์สินที่ถือครองจะมีอิทธิพลในทางลบต่อการถือบัตร ATM โดยประชากรในกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร / ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/นักเรียน/นักศึกษา จะมีโอกาสที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ส่วนระดับการศึกษาเมื่อประชากรมีการศึกษาสูงขึ้นจะมีโอกาสที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนความสะดวกในการให้บริการด้านธนาคารผู้ออกบัตร ATM มีการอำนวยความสะดวกในการให้บริการ โดยติดตั้งเครื่อง ATM เพิ่มขึ้น จะมีโอกาสที่ประชากรใน

กรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ส่วนบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ถ้าธนาคารผู้ออกบัตร ATM มีบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM หลายหลากบริการให้เลือกใช้จะมีโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานคร จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ส่วนการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ถ้าธนาคารผู้ออกบัตร ATM ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการบัตร ATM เพิ่มขึ้น จะมีโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น และรายได้ที่เพิ่มขึ้น จะมีโอกาสที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น สำหรับทรัพย์สินที่ถือครองหากมีทรัพย์สินที่ถือครองเพิ่มขึ้นจะทำให้โอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครจะถือบัตร ATM ลดลง นอกจากนี้ประชาชนในกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างยังได้นำปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญมาประกอบต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM ซึ่งเป็นผลที่ได้จากการศึกษาในเชิงพรรณนาที่พบว่าปัจจัยชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM รูปแบบบัตร ATM เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ส่วนลด ข้าราชการที่ระบุในบัญชีรายการ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีผลต่อการเลือกถือบัตร ATM ส่วนผลการศึกษาในเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนตัวซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM จะพบว่าเพศชายจะถือบัตร ATM มากกว่าเพศหญิง ส่วนอายุผู้ที่มีอายุมากกว่าจะถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่อายุน้อยกว่า และสถานภาพสมรสพบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสดจะถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่ทำการสมรสแล้ว นอกจากนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างยังได้นำปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมในการใช้บริการจากบัตร ATM มาประกอบในการตัดสินใจที่จะเลือกถือบัตร ATM พบว่าเหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM เนื่องจากไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียม ซึ่งนับว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการวางแผนด้านการตลาดในการขยายฐานบัตร ATM ควรที่จะได้นำไปใช้ประกอบในการพิจารณาตัดสินใจวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดบริการด้าน ATM ต่อไป

2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่ได้ในบทที่ 4 สามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

2.1 การอภิปรายผลการศึกษาเชิงพรรณนา

2.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม

จากการศึกษาทำให้สามารถนำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค มาอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ เกิดมาจากความเชื่อ ความนึกคิดส่วนบุคคล รสนิยม เป็นต้น จากการศึกษาพบว่าผู้ถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจุบันผู้ที่เข้าประกอบอาชีพในหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีรายได้ประจำ ส่วนใหญ่พนักงานจะจบการศึกษาอย่างน้อยในระดับปริญญาตรีจึงเป็นผลทำให้ผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนอาชีพพบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร ซึ่งอธิบายได้ว่าอาชีพดังกล่าวส่วนใหญ่มิรายได้เป็นเงินเดือนประจำ ในปัจจุบันหน่วยงานที่เป็นต้นสังกัดจะจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงาน โดยการให้ธนาคารเจ้าของบัญชีหักเงินจากบัญชีของหน่วยงานไปเข้าบัญชีของพนักงานในแต่ละเดือนและในการถอนเงินจากบัญชีธนาคารจะแนะนำหรือกำหนดให้ใช้บัตร ATM ถอนเงินจากบัญชีเพื่อความสะดวกและรวดเร็วต่อการให้บริการทั้งของธนาคารและผู้ให้บริการเอง สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เกษียณอายุ ไม่มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำจึงไม่มีความจำเป็นที่จะถือบัตร ATM ไว้ใช้ในการเบิกถอนเงินจากบัญชีเงินเดือน

สำหรับเพศ จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งอธิบายได้ว่ากลุ่มประชากรที่ทำการสุ่มตัวอย่างอาจจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนอายุ พบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 14 – 50 ปี สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 51 ปี ขึ้นไป ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้ถือบัตร ATM จะเป็นผู้ที่อยู่ในวัยกำลังศึกษาและผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ส่วนผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM จะเป็นผู้ที่สูงอายุ ส่วนสถานภาพสมรส พบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด สำหรับผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีสถานภาพเป็นหม้าย/หย่าร้าง ซึ่งอธิบายได้ว่าอาจจะเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ได้อยู่ในวัยกำลังศึกษาและวัยทำงาน

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

จากการศึกษาทำให้สามารถนำทฤษฎีอุปสงค์ มาอธิบายอุปสงค์ของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับรายได้และทรัพย์สินที่ถือครอง จากการศึกษาพบว่าผู้ถือบัตร ATM ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ในช่วงตั้งแต่ 10,001 – 30,000 บาท ซึ่งอธิบายได้ว่าเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานและมีรายได้ประจำใช้จ่ายเงินผ่านบัตร ATM ได้ จึงทำให้ผลการศึกษาเป็นช่วงของรายได้ส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มของผู้ถือบัตร ATM ส่วนผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะมีรายได้ในช่วง 1,000 – 10,000 บาท ซึ่งอธิบายได้ว่าเป็นผู้อยู่ในวัยกำลังศึกษาเล่าเรียนหรืออยู่ในวัยเกษียณอายุ มีรายได้น้อยและไม่มีความจำเป็นที่จะถือบัตร ATM ไว้สำหรับในการใช้จ่ายเงิน ส่วนทรัพย์สินที่ถือครองจากการศึกษาพบว่าผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะถือครองทรัพย์สินที่มีราคาไม่สูง หาซื้อได้ไม่ยาก เช่น โทรศัพท์ เครื่องเล่นสเตอริโอ เครื่องเล่นวีดีโอ ผู้เขียนเครื่องซักผ้า ซึ่งอธิบายได้ว่าเป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มากเป็นผู้ที่ทำงานประจำมีความจำเป็นที่จะต้องถือบัตร ATM เพื่อใช้ในการใช้จ่ายเงิน ส่วนผู้ไม่ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะถือครองทรัพย์สินราคาสูง เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ซึ่งจะเป็นผู้ที่รายได้สูงและในการใช้จ่ายจะใช้บัตรเครดิตหรือเช็คส่วนตัว ในการจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนเงินสดหรือบัตร ATM จึงไม่มีความต้องการถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น

2.1.3 ปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร

จากการศึกษาทำให้สามารถนำทฤษฎีองค์ประกอบสินค้าและบริการ ซึ่งปัจจัยที่ใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา ได้แก่ ความสะดวกในการให้บริการ นำทฤษฎีราคาและการแข่งขันซึ่งปัจจัยที่ใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และนำทฤษฎีความพอใจเปิดเผย ซึ่งปัจจัยที่ใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มาอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ได้คือความต้องการผู้ถือบัตร ATM นอกจากขึ้นอยู่กับรายได้และค่าธรรมเนียมแล้วยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของสินค้าและบริการ ความพอใจในตัวสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน การส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย (ปีพ.ศ. ๒๕๓๖) และงานวิจัยการใช้บริการ ATM (วิรัตน์ คำไกร 2538) และงานวิจัยการวางแผนการตลาดสำหรับการบริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารออมสิน (พัชรินทร์ โกสโร 2541) และงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต (กิตติพันธ์ เตชะภาสกรนันท์ 2538) และงานวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการ

บัตรเครดิตของธนาคารภายในและต่างประเทศ (นิภาพรรณ แก้วปัญญา 2542) และงานวิจัยอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ ในกรุงเทพมหานคร (พัชรา แก้วดี 2542)

2.2 การอภิปรายผลการศึกษาเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาในเชิงปริมาณพบว่าปัจจัย อาชีพ ระดับการศึกษา ความสะดวกในการให้บริการ บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รายได้ ทรัพย์สินที่ถือครอง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

2.2.1 ระดับการศึกษา

จากสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ว่าระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก คือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าโอกาสจะถือบัตร ATM มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำกว่า ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าความพอใจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากความเชื่อ ความนึกคิดส่วนบุคคล ค่านิยม ซึ่งเป็นผลที่ได้รับจากการศึกษาของผู้บริโภค เมื่อมีการศึกษาเพิ่มขึ้นผู้บริโภคจะมีความเชื่อ ค่านิยม และความต้องการให้เป็นที่ยอมรับของสังคม จึงเป็นผลให้มีความต้องการใช้บริการบัตร ATM เพิ่มขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวรรณกรรมที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย (ปัทมา แก้ววิจิตร 2537) และงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต (ปรวีร์ หัตถกรรม 2541) โดยระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเลือกใช้บริการคือความต้องการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีการศึกษาลงขึ้น

2.2.2 อาชีพ

จากสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ว่าอาชีพมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก คือ เมื่อประชาชนในกรุงเทพมหานครประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน / พนักงานธนาคาร / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว / นักเรียน / นักศึกษา โอกาสจะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น มากกว่าประชาชนที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าความพอใจเกิดขึ้นกับผู้บริโภค จากความเชื่อ ความนึกคิดส่วนบุคคล รสนิยม ซึ่งเป็นผลที่ได้รับจากการอาชีพของผู้บริโภค เมื่อมีอาชีพที่แตกต่างกันผู้บริโภคก็จะมี

ความเชื่อ รสนิยมที่แตกต่างกัน มีความต้องการให้เป็นที่ยอมรับของสังคม จึงเป็นผลให้มีความต้องการใช้บริการบัตร ATM เพิ่มขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวรรณกรรมที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย (ปีพ.ศ. ๒๕๓๗) และงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต (กิตติพันธ์ เตชะภาสรัตน์ ๒๕๓๘) และงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิต: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานคร (ภานุรัตน์ รัตนวราหะ ๒๕๔๐) โดยพบว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเลือกใช้บริการต่าง ๆ คือความต้องการจะใช้บริการเพิ่มขึ้นถ้าเป็นประชาชนที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

สำหรับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าเพศ อายุ สถานภาพสมรส มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาค้นคว้าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อาจเป็นไปได้ว่าเพศชาย หรือเพศหญิงไม่ได้เป็นตัวกำหนดที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น เพศหญิงมีโอกาที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นได้เท่ากับเพศชาย ส่วนอายุผู้ที่มีอายุมากกว่าไม่ได้เป็นตัวกำหนดที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นผู้ที่มีอายุน้อยกว่ามีโอกาที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นได้ เท่ากับผู้ที่มีอายุมากกว่า และสถานภาพสมรสผู้ที่มีสถานภาพโสดไม่ได้เป็นตัวกำหนดที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ผู้ที่ทำการสมรสแล้วก็มีโอกาที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นได้เท่ากับผู้ที่โสด

2.2.3 รายได้

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่ารายได้มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาค้นคว้าเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก คือจะมีโอกาสถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีอุปสงค์เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคก็มีความต้องการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวรรณกรรมที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย (ปีพ.ศ. ๒๕๓๗) และงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (รัชชชนก กนิษฐสุด ๒๕๓๗) และงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตร (กิตติพันธ์ เตชะภาสรัตน์ ๒๕๓๘) และงานวิจัยพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต (ปรวีร์ หัตถกรรม ๒๕๔๑) โดยรายได้มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเลือกใช้บริการ คือ ความต้องการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น

จากผลการศึกษาปัจจัยรายได้ และค่าธรรมเนียม (ที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้) ผลการศึกษาที่ได้เป็นไปตามทฤษฎีอุปสงค์คือ อุปสงค์ของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าหรือบริการ และรายได้ของผู้บริโภค โดยที่เมื่อรายได้ของผู้บริโภคมากขึ้นอัตราค่าธรรมเนียมลดลงจะทำให้ประชากรในกรุงเทพมหานครมีความต้องการถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น

2.2.4 ทฤษฎีสินที่ถือครอง

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าทฤษฎีสินที่ถือครองมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางลบ คือ เมื่อมีทรัพย์สินมากขึ้นจะมีโอกาสถือบัตร ATM ลดลง และจากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานด้านการตลาดบริการบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์แล้วพบว่าผู้ที่เป็นลูกค้าผู้ถือบัตร ATM ของธนาคาร ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 40,000 บาท เป็นรายได้ประจำ เป็นกลุ่มพนักงานเอกชนและหน่วยงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ / นักเรียน / นักศึกษาแตกต่างจากกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงประมาณ 40,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวเป็นลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตหรือเช็ค แทนการใช้เงินสดหรือบัตร ATM ในการใช้จ่าย จึงเป็นไปได้ว่ากลุ่มลูกค้าผู้ถือบัตร ATM จะมีทรัพย์สินที่ถือครองน้อยกว่าผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM และจากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีทรัพย์สินที่ถือครองราคาสูง ๆ จะเป็นผู้ที่ไม่ถือบัตร ATM ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ถือบัตร ATM แล้ว จะมีราคาของทรัพย์สินที่ถือครองต่ำกว่า ดังนั้นเมื่อมีทรัพย์สินที่ถือครองมากขึ้นมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการถือบัตร ATM คือความต้องการใช้บริการบัตร ATM จะลดลงเมื่อมีทรัพย์สินที่ถือครองเพิ่มขึ้น

2.2.5 ความสะดวกในการให้บริการ

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่า ความสะดวกในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก คือ จะมีโอกาสถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการบริโภคองค์ประกอบของสินค้า เมื่อมีความสะดวกจากการใช้บริการที่เครื่อง ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคประกอบในการให้บริการจากบัตร ATM ผู้บริโภคก็จะมีความต้องการใช้บริการมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวรรณกรรมที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) สาขาลองเตย (ปีพมา แก้ววิจิตร 2537) และงานวิจัยการใช้บริการ ATM (วิรัตน์ กำไร 2538) และงานวิจัยการวางแผนการตลาดสำหรับการบริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารออมสิน

(พัชรินทร์ โกสโร 2541) โดยความสะดวกในการใช้บริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเลือกใช้บริการ คือ ความต้องการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีความสะดวกในการให้บริการเพิ่มขึ้น

2.2.6 บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวกคือจะมีโอกาสถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีความพอใจเปิดเผย ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่จะเลือกใช้บริการอันใดอันหนึ่งแล้วก็ยอมแสดงว่ามีความชอบในส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น เมื่อมีบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ได้หลากหลายบริการเพิ่มขึ้นจะเป็น การสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการใช้บริการบัตร ATM เพิ่มขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวรรณกรรมที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต (กิตติพันธ์ เตชะภาสรัตน์ 2538) และงานวิจัยการวางแผนการตลาดสำหรับการบริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารออมสิน(พัชรินทร์ โกสโร 2541) และงานวิจัยเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารภายในและต่างประเทศ (นิภาพรรณ แก้วปัญญา 2542) โดยบริการเสริมต่าง ๆ ของบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเลือกใช้บริการ คือ ความต้องการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีบริการเสริมต่าง ๆ จากตัวสินค้าที่ให้บริการเพิ่มขึ้น

2.2.7 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก คือจะมีโอกาสถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีราคาและการแข่งขันเมื่อมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการให้ประชากรในกรุงเทพมหานครให้ได้รับข้อมูลข่าวสารของบริการบัตร ATM ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการขายให้ผู้บริโภคได้รู้จักและคุ้นเคยกับคุณลักษณะของบริการจากบัตร ATM เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคให้เกิดความต้องการมาใช้บริการจากบัตร ATM เพิ่มขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวรรณกรรมที่ศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ ในกรุงเทพมหานคร (พัชรา แก้วดี 2542) โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเลือกใช้บริการ คือความต้องการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น เมื่อมีการโฆษณาบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

สำหรับชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM รูปแบบบัตร ATM เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่ามีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ อาจเป็นไปได้ว่าชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร ATM รูปแบบบัตร ATM เทคโนโลยีของเครื่อง ATM มีความทันสมัย ความปลอดภัย สะดวกไม่ต้องพกพาเงินจำนวนมาก ส่วนลด ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึกรายการ ไม่ได้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น

2.3 การอภิปรายผลร่วมกันของผลการศึกษาเชิงพรรณนาและผลการศึกษาเชิงปริมาณ

จากผลการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงพรรณนาสามารถนำมาอภิปรายผลร่วมกันเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้นได้ดังนี้

2.3.1 ปัจจัยระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ อัตราค่าธรรมเนียม

จากผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลร่วมกันได้ดังนี้ คือ ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูง มีโอกาสที่จะได้ประกอบอาชีพที่มีรายได้ดีเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ทำให้มีสถานะทางเศรษฐกิจดีมีรายได้สูงขึ้น และหากธนาคารมีการลดอัตราค่าธรรมเนียม หรือเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบัตร ATM ที่เป็นธรรมไม่สูงเกินไป ก็จะทำให้มีโอกาสดูถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงพบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคมที่เป็นปัจจัยสำคัญในเบื้องต้นได้แก่ อาชีพ ถ้าหากประชากรมีอาชีพที่ดีจะได้มีโอกาสได้เข้าทำงานที่ดีก่อให้เกิดการสร้างรายได้ที่สูงมีฐานะทางเศรษฐกิจดีทำให้มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นได้

2.3.2 ปัจจัยอาชีพ รายได้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ความสะดวกในการให้บริการ

จากผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลร่วมกันได้ดังนี้คือประชากรในกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีรายได้สูงทำให้มีสถานะทางเศรษฐกิจดี ทำให้มีโอกาสนในการเลือกใช้บริการจากบัตร ATM ได้จากหลายธนาคาร ที่คิดว่ามีบริการที่ใช้กับบัตร ATM ได้เกิดอรรถประโยชน์ให้แก่ตนได้สูงสุด หากธนาคารเจ้าของบัตร ATM ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการบัตร ATM ให้เป็นที่รู้จักคุ้นเคยกับชื่อของธนาคารเจ้าของบัตร ATM และคุณลักษณะพิเศษของบัตรที่เหนือกว่าธนาคารคู่แข่ง มีบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ได้หลากหลายบริการ รวมทั้งมี

การติดตั้งเครื่อง ATM อำนวยความสะดวกในการให้บริการอย่างทั่วถึงจะทำให้มีโอกาสที่ประชากรในกรุงเทพมหานครถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ที่ทำการศึกษานี้จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยอาชีพมากที่สุด รองลงมา คือ ระดับการศึกษา ความสะดวกในการให้บริการ บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และรายได้ที่มีค่าเป็นบวก ยกเว้นทรัพย์สินที่ถือครองมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ตามลำดับ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอาชีพมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด ส่วนทรัพย์สินที่ถือครองจะมีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

จากผลการศึกษาเชิงปริมาณและการศึกษาเชิงพรรณนาสามารถกล่าวได้ว่าการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานครให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น จำเป็นต้องใช้ผลการศึกษาทั้งเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณมาอธิบายประกอบกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารของธนาคารหรือผู้ที่สนใจในการกำหนดนโยบายและวางแผนด้านการตลาดด้าน ATM เพื่อขยายฐานบัตร ATM ให้เพิ่มมากขึ้น โดยคำนึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตร ATM ของผู้บริโภค สำหรับผู้บริโภคเองก็จะมีโอกาสได้เลือกบริโภคสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการมากขึ้นหรือเกิดอรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้งบประมาณที่ตนเองมีอยู่ นอกจากนี้บัตร ATM ยังเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ก่อให้เกิดสภาพคล่องด้านการเงินให้เกิดการหมุนเวียนอย่างคล่องตัวทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่องต่อไป

3.1.1 การดำเนินการทางการตลาด

จากผลการวิจัยสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดในการขยายฐานบัตร ATM ให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นได้ดังนี้

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคม และด้านเศรษฐกิจ ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 4.22 พบว่าอาชีพ และการศึกษา มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าอาชีพเป็นพนักงานเอกชน / พนักงานธนาคาร / ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว / นักเรียน / นักศึกษา เหล่านี้มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ส่วนการศึกษาพบว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะถือบัตร ATM มากกว่าผู้มีการศึกษาดำกว่า และระดับการศึกษาปริญญาตรีจะถือบัตร ATM มากที่สุด ดังนั้นกลุ่มประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ส่วนรายได้กลุ่มประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วงระหว่าง 10,000–30,000 บาทต่อเดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ส่วนทรัพย์สินที่ถือครอง กลุ่มประชากรที่มีทรัพย์สินที่ถือครองไม่มาก มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น ดังนั้นในการวางแผนการตลาดขยายฐานผู้ถือบัตร ATM ผู้บริหารของธนาคารควรจะได้นำผลการศึกษาด้านคุณลักษณะของประชากรและสังคมและด้านเศรษฐกิจมาใช้ในการพิจารณากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการขยายฐานบัตร ATM

2) การกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด

จากผลการศึกษาปัจจัยที่เกิดจากการดำเนินการตลาดของธนาคาร ดังแสดงในตารางที่ 4.22 พบว่าความสะดวกในการให้บริการ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดได้ดังนี้

(1) ความสะดวกในการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยความสะดวกในการให้บริการเป็นเหตุผลที่ประชากรตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานครนำมาใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจถือบัตร ATM ดังนั้น หากลูกค้าพิจารณาแล้วเห็นว่าความเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารใดธนาคารหนึ่ง บัตร ATM ที่เลือกถือจะต้องสามารถใช้บริการได้ที่เครื่อง ATM ของธนาคารเจ้าของบัตร ATM ที่ติดตั้งให้บริการได้อย่างสะดวกมีจำนวนเครื่อง ATM ที่ติดตั้งให้บริการเพียงพอต่อความต้องการใช้บริการ มีโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารนั้นมีความเป็นไปได้สูง นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมพบว่าพฤติกรรมของผู้ถือบัตร ATM ส่วนใหญ่จะใช้บริการที่เครื่อง ATM ของธนาคารเจ้าของบัตร ATM เนื่องจากกลัวว่าจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่เครื่อง ATM ของธนาคารแห่งอื่น ซึ่งประเด็นด้านความสะดวกในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรนำมาใช้พิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการขยายฐานบัตร ATM ดังนั้นผู้บริหารธนาคารที่ต้องการขยายฐานบัตร ATM จะได้นำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้พิจารณากำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการขยายจุดติดตั้งเครื่อง ATM เพิ่มขึ้น เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเห็นว่าหากถือบัตร ATM ของธนาคารจะมีความสะดวกในการใช้บริการอย่างทั่วถึง จะทำให้สามารถขยายฐานบัตร ATM ให้บรรลุตามเป้าหมายได้

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้เครื่อง ATM ที่ติดตั้งให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งต้องการให้เครื่อง ATM มีรูปแบบ สี สัน สวยงาม ทันสมัย และเทคโนโลยีของเครื่องมีความทันสมัย เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ถือบัตร ATM ต้องการมาใช้บริการ จึงเป็นผลการศึกษาที่ผู้บริหารของธนาคารจะได้นำไปพิจารณาในการวางแผนทางการตลาดต่อไป

(2) บริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM

จากผลการศึกษาพบว่าบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM เป็นเหตุผลที่ประชากรตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร ใช้ในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM ดังนั้นหากลูกค้าได้ทราบว่าบัตร ATM ของธนาคารใดมีบริการเสริมหลากหลายบริการที่สามารถใช้กับบัตร ATM ได้ก็จะเป็นข้อมูลนำมาพิจารณาเลือกเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารนั้น ซึ่งได้เปรียบธนาคารคู่แข่งที่มีบัตร ATM ที่ไม่มีบริการเสริมที่ใช้กับบัตร ATM หรือมีบริการน้อย และจากผลการศึกษาบริการเสริมต่าง ๆ ที่ใช้กับบัตร ATM ผู้บริหารของธนาคารที่ต้องการขยายฐานบัตร ATM ควรที่จะได้นำผลการศึกษามาใช้พิจารณากำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการพัฒนาบริการขึ้นใหม่หรือปรับปรุงบริการที่ใช้กับบัตร ATM ให้มีเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการที่จะมาใช้บริการบัตร ATM ของธนาคารเพิ่มขึ้น

(3) การโฆษณาบริการบัตร ATM ผ่านสื่อต่าง ๆ

จากผลการศึกษาพบว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นเหตุผลที่ประชากรตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร ใช้ในการตัดสินใจในการถือบัตร ATM ดังนั้นหากลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสาร จุดดี จุดเด่นของบริการบัตร ATM ของธนาคารใดที่ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการบัตร ATM ผ่านสื่อต่าง ๆ แล้ว จะได้นำจุดดี จุดเด่นของบัตร ATM มาพิจารณาเลือกเป็นผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารใด ซึ่งจะได้เปรียบธนาคารคู่แข่งที่ไม่ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการบัตร ATM ลูกค้าจะไม่มีข้อมูลที่จะนำไปใช้พิจารณาที่จะเลือกผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารนั้นและจะไม่เลือกถือบัตร ATM ซึ่งประเด็นการโฆษณาบริการ ATM ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการขยายฐานบัตร ATM ดังนั้นผู้บริหารธนาคารที่ต้องการขยายฐานบัตร ATM เพิ่มขึ้นควรที่จะได้นำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้พิจารณากำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการ ATM ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสาร จุดดี จุดเด่น ของบัตรของธนาคารเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM

(4) การส่งเสริมการขาย

จากผลการศึกษาพบว่าค่าธรรมเนียม และรูปแบบสีสันของบัตร ATM มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM จึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการขายบริการบัตร ATM ดังนี้

ก. การยกเว้นค่าธรรมเนียม หรือลดค่าธรรมเนียม

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ไม่ถือบัตร ATM ให้เหตุผลที่ไม่ต้องการถือบัตร ATM เนื่องจากต้องเสียค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมทำบัตรและค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปี) ซึ่งการเสียค่าธรรมเนียมนี้ถ้าหากผู้บริหารของธนาคารนำมาใช้พิจารณากำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อขยายฐานบัตร ATM อาจใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมทำบัตร และค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปีหรือใช้กลยุทธ์ลดค่าธรรมเนียมทำบัตรและค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปี หรือใช้กลยุทธ์ยกเว้นค่าธรรมเนียมทำบัตรและเรียกเก็บเฉพาะค่าธรรมเนียมการใช้บริการรายปีเพียงอย่างเดียว ซึ่งทั้ง 3 วิธี น่าจะมีโอกาสที่จะทำให้มีผู้ถือบัตร ATM เพิ่มขึ้นได้

ข. รูปแบบ สีสัน ของบัตร ATM

จากผลการศึกษาพบว่ารูปแบบ สีสัน ของบัตร ATM ที่กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจมากที่สุด คือ ต้องการให้บัตร ATM เป็นภาพที่บ่งบอกความทันสมัยและมีสีสันสวยงาม รองลงมาได้แก่ให้เป็นภาพแบบไทย ๆ และมีรูปถ่ายผู้ถือบัตร ATM ติดไว้ที่บัตร ATM ตามลำดับ ซึ่งรูปแบบ สีสัน ของบัตร ATM เป็นผลการศึกษาที่ควรจะนำมาใช้พิจารณาในการวางแผนส่งเสริมการขายบริการบัตร ATM ดังนั้นผู้บริหารของธนาคารอาจใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายในการเพิ่มความหลากหลายของบัตร ATM ของธนาคารให้มีหลายรูปแบบให้เลือก หรือเลือกทำรูปแบบบัตรที่เป็นภาพที่บ่งบอกความทันสมัยและมีสีสันสวยงาม หรือเป็นแบบไทย ๆ เพื่อเป็นการจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเลือกถือบัตร ATM เพิ่มขึ้น

3.1.2 การกำหนดมาตรการควบคุมอัตราค่าธรรมเนียม

จากผลการศึกษาพบว่าค่าธรรมเนียม เป็นเหตุผลที่กลุ่มประชากรตัวอย่างในกรุงเทพมหานครใช้ไม่เลือกถือบัตร ATM นับได้ว่าอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อความต้องการใช้บริการของผู้บริโภค และในปัจจุบันภาครัฐไม่ได้เข้ามาวางมาตรการควบคุมการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตร ATM ของธนาคารปล่อยให้แต่ละธนาคารเป็นผู้ที่กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมเองโดยให้เป็นไปตามกลไกของตลาด ซึ่งผู้บริโภคเห็นว่าค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตร ATM เป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงจึงไม่ต้องการถือบัตร ATM หากภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทในการ

วางมาตรการควบคุมให้ธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างเป็นธรรมจะก่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้นต่อผู้ใช้บริการบัตร ATM ได้

3.2 ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอแนวทางไว้ดังนี้

3.2.1 นำปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM มาทำการศึกษา

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ในครั้งต่อไปควรนำปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการถือบัตร ATM เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมทำบัตร ATM แรกเข้า หรือลดค่าธรรมเนียม เป็นต้น

3.2.2 เพิ่มขอบเขตพื้นที่ทำการสำรวจในการวิจัย

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชากรในครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาออกไป เช่น ในเขตปริมณฑล ในเขตต่างจังหวัด หรือทั่วประเทศ เป็นต้น

3.2.3 ศึกษาอุปทานของการให้บริการบัตร ATM

การศึกษานี้ได้ศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ซึ่งเป็นการศึกษาด้านอุปสงค์ของบริการบัตร ATM ในการศึกษาครั้งต่อไป เห็นควรศึกษาเกี่ยวกับอุปทานของการให้บริการบัตร ATM ของธนาคารพาณิชย์ในแง่มุมมองของธนาคารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคที่จะได้เลือกใช้บริการบัตร ATM ที่ดีที่สุด

บรรณานุกรม

- กิตติพันธ์ เตชะภาสรัสนันท์ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายบัตรเครดิต”
วิทยานิพนธ์ ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2538
- กัลยา วานิชย์บัญชา *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS* คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2544
- ไทยธนาคาร “บริการเสริมต่างๆ ที่ใช้กับบัตร ATM” ใน *รายงานประเภทบริการที่ใช้กับบัตร
ATM* ส่วน ATM ประจำเดือนธันวาคม 2544
- ธนาคารแห่งประเทศไทย “ปริมาณผู้ถือบัตร ATM เครื่อง ATM ปริมาณรายการ จำนวนเงิน ที่ใช้
บริการ ผ่านเครื่อง ATM” ใน *รายงานแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้ถือบัตร ATM
เครื่อง ATM ปริมาณรายการ จำนวนเงิน ที่ใช้บริการ ผ่านเครื่อง ATM*
จาก [http://www.bot.or.th/bothomepage/BankAtwork/Payment/Statistical/](http://www.bot.or.th/bothomepage/BankAtwork/Payment/Statistical/Eng_St...)
Eng_St... ประจำเดือนธันวาคม 2544
- นราทิพย์ ชูติวงศ์ *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค* พิมพ์ครั้งที่ 5 ศูนย์บริการเอกสารวิชาการ
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2544
- นิภาพรรณ แก้วปัญญา “เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารภายใน
และต่างประเทศ” วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2542
- ปัทมา แก้ววิจิตร “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงิน
อัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาลองเตย”
วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก 2537
- ประสาร บุญเสริม “หน่วยที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา
ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค* หน้า 43-44 นนทบุรี สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช 2542
- ปรวีร์ หัตถกรรม “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต” วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตร-
มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2541

- พัชรา แก้วดี “อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเครดิตของคนรุ่นใหม่ ในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2539
- พัชรินทร์ โกสโร “การวางแผนการตลาดสำหรับการบริการด้วยเครื่องถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารออมสิน” โครงการบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ (สพท.) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2541
- ภาณุรัตน์ รัตนวราหะ “พฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2540
- รณัชชนก กนิษฐสุต “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2537
- วัฒนา สุนทรชัย *เรียนสถิติด้วย SPSS ภาคสถิติอิงพารามิเตอร์* กรุงเทพมหานคร พิมพ์ดี 2542
- วิรัตน์ กำไร “การใช้บริการ ATM ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538
- สรยุทธ มีนะพันธ์ *เศรษฐศาสตร์การจัดการ* กรุงเทพมหานคร เอช.เอ็น.กรุ๊ป 2536
- สุวิชาน มนแพงसानนท์ *วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* กรุงเทพมหานคร เอช.เอ็น. กรุ๊ป 2543
- เอเซีย “ปริมาณบัตร ATM และจำนวนเครื่อง ATM” ใน *รายงานสถิติการอำนวยความสะดวก* ส่วนบริการอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง ประจำเดือนธันวาคม 2544

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลำดับที่แบบสอบถาม.....

สัมภาษณ์ที่อำเภอ/เขต.....

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถือบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการถือบัตร ATM และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

- โปรดตอบตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อ เพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยได้อย่างสมบูรณ์
- โปรดเขียนเครื่องหมาย / ใส่ในช่อง () หน้าข้อความที่เลือก หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() 1. หญิง () 2. ชาย

2. อายุ.....ปี

3. สถานภาพการสมรส

() 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย / หย่าร้าง

4. การศึกษา

() 1. ไม่ได้รับการศึกษา – เรียนไม่จบ ป.4

() 6. อนุปริญญา (ปวส.,ปวท.,ปกศ.สูง)

() 2. ประถมศึกษาตอนต้น (ป.4)

() 7. ปริญญาตรี

() 3. ประถมศึกษาตอนปลาย (ป.6,ป.7)

() 8. ปริญญาโท

() 4. มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)

() 9. ปริญญาเอก

() 5. มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)หรืออาชีวศึกษา(ปวช.3)

() 10. อื่นๆ

5. รายได้ของท่าน โดยเฉลี่ยประมาณเดือนละ.....บาท (กรณีเป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ถามจากรายรับ/เดือน)

6. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 5. แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน / พนักงานธนาคาร | <input type="checkbox"/> 6. เกษียณ |
| <input type="checkbox"/> 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> 4. นักเรียน / นักศึกษา | |

7. บ้านที่อยู่ปัจจุบัน

- | | | |
|--|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เป็นของตนเอง | <input type="checkbox"/> 2. เช่า | <input type="checkbox"/> 3. อาศัย |
| <input type="checkbox"/> 4. บ้านพักสวัสดิการ | <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (ระบุ)..... | |

8. ทรัพย์สินที่ถือครอง

- | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|
| - ที่ดิน | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - รถยนต์ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - รถจักรยานยนต์ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - โทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - เครื่องคอมพิวเตอร์ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - เครื่องเล่นสเตอริโอ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - เครื่องเล่นวีดีโอ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - ตู้เย็น | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - เครื่องซักผ้า | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - บัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - บัญชีเงินฝากประจำ | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - บัญชีเงินฝากประจำปลอดภาษี | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - ใบรับเงินฝากประจำ (Fixed Deposit Receipt) | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |
| - บัตรเงินฝาก (Negotiable Certificate of Deposit) | <input type="checkbox"/> 1. มี | <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการถือบัตร ATM และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกถือบัตร ATM

9. ปัจจุบันท่านถือบัตร ATM หรือไม่ (กรณีไม่ได้ถือบัตร ATM ให้ข้ามไปตอบข้อ 16. - ข้อ 17.)

1. ถือบัตร ATM 2. ไม่ได้ถือบัตร ATM

10. ท่านเป็นลูกค้าของธนาคารที่ถือบัตร ATM หรือไม่

1. เป็นลูกค้าของธนาคาร 2. ไม่ได้เป็นลูกค้าของธนาคาร

เฉพาะผู้ที่ เป็นลูกค้าของธนาคาร ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. มีบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน 5. ใบรับเงินฝาก (Fixed Deposit Receipt)
 2. มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์ 6. บัตรเงินฝาก (Negotiable Certificate of Deposit)
 3. มีบัญชีเงินฝากประจำ 7. ใช้บริการสินเชื่อ
 4. มีบัญชีเงินฝากประจำปลอดภาษี 8. อื่นๆ (ระบุ)

11. ท่านเป็นสมาชิกผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารใดบ้างในปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 8. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 9. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) 10. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
 4. ธนาคาร ดีบีเอส ไทยท努 จำกัด(มหาชน) 11. ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)
 5. ธนาคาร ยูโอบีรีตันสิน จำกัด (มหาชน) 12.ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธนจำกัด (มหาชน)
 6. ธนาคาร ศรีนคร จำกัด (มหาชน) 13. ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)
 7. ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)

12. จำนวนเงินที่ท่านใช้บริการจากบัตร ATM ที่เป็นสมาชิกอยู่ ตามประเภทรายการ ฝาก - ถอนเงิน โอนเงิน และอื่นๆ ผ่านเครื่อง ATM เฉลี่ยประมาณครั้งละเท่าไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ฝากเงินเฉลี่ย.....บาท/ครั้ง 3. โอนเงิน เฉลี่ย..... บาท/ครั้ง
 2. ถอนเงินเฉลี่ย..... บาท/ครั้ง 4. อื่นๆ.....บาท/ครั้ง

13. ท่านเลือกทำรายการสอบถามยอดเงิน จากบัญชีเงินฝากที่ใช้กับบัตร ATM ผ่านเครื่อง ATM เฉลี่ยประมาณเดือนละกี่ครั้ง

1. 1 ครั้ง/เดือน 2. 2 ครั้ง/เดือน 3. 3 ครั้ง/เดือน 4. ครั้ง/เดือน 5. 5 ครั้งขึ้นไป/เดือน

14. ท่านเลือกพกพาบัตร ATM ติดตัว เพราะ.....(เรียงลำดับเหตุผลเพียง 3 ลำดับตามความสำคัญ และนำตัวเลข 1-3 ใส่ในช่อง () เหตุผล () ปลอดภัยและลดความเสี่ยงกว่าการถือเงินสด

- ซื้อสินค้าหรือบริการได้ทันที (เช่น ใช้บัตรเดบิต บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ ซื้อสินค้า/บริการ)
 สะดวกคล่องตัว ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร
 สามารถทำรายการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงิน และอื่นๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
 อื่นๆ ระบุ.....

เหตุผลในการเลือกถือบัตร ATM	ระดับความคิดเห็น										
	ไม่เห็นด้วย 0	เห็นด้วย น้อยที่สุด 1	2	3	4	5	6	7	8	9	เห็นด้วย มากที่สุด 10
8. ส่วนลด-ข่าวสารที่ระบุในใบบันทึก รายการ											
- ได้รับคูปองส่วนลด											
- ได้รับรู้ข่าวสารการส่งเสริม การขายของธนาคารร่วมกับ บริษัท/ห้างร้าน ต่างๆ											
- ซื้อสินค้า/บริการได้ในราคา ถูกลง											
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อ สินค้า/บริการ											
- เป็นแหล่งที่ให้คูปองส่วนลด ค่าสินค้า ที่เป็นสินค้าประเภท อุปโภคและบริโภคเป็น ส่วนใหญ่											

16. เหตุใดที่ท่านไม่ต้องการถือบัตร ATM

- () 1. ต้องเสียค่าธรรมเนียม () 2. ใช้เงินสดในการชำระเงิน
() 3. ใช้บัตรเครดิต () 4. อื่นๆ (ระบุ).....

17. ท่านถือบัตรอื่นหรือไม่ นอกจากบัตร ATM (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. บัตรเครดิตในประเทศ () 6. บัตรไดเนอร์คลับ
() 2. บัตรเครดิตต่างชาติ () 7. บัตรของห้างสรรพสินค้า.....
() 3. บัตรมาร์สเตอร์ () 8. บัตรออนไลน์
() 4. บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ () 9. อื่นๆ (ระบุ).....
() 5. บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบัตร ATM

- รูปแบบบัตร ATM สีล้น ที่ท่านพึงพอใจ (โปรดระบุ)

.....
.....
.....

- บริการเสริมที่ใช้กับบัตร ATM ที่ท่านพึงพอใจได้แก่อะไรบ้าง (โปรดระบุ)

.....
.....
.....

- ชนิดของบัตร ATM ของธนาคารใดที่มีบริการให้เลือกหลายรูปแบบที่ท่านพึงพอใจที่จะเลือกใช้
บริการมากที่สุดและรองลงมา รวม 3 ลำดับ

ลำดับที่ 1 ชื่อธนาคาร.....

ลำดับที่ 2 ชื่อธนาคาร.....

ลำดับที่ 3 ชื่อธนาคาร.....

- อื่นๆ (ระบุ)

.....
.....
.....

3.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

- สถานที่ที่ท่านต้องการให้ธนาคารติดตั้งเครื่อง ATM มากที่สุด และรองลงมา รวม 3 ลำดับ
(เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ มหาวิทยาลัย ร้าน 7' eleven ร้านแฟมิลีมาร์ท
หรืออื่นๆ เป็นต้น)

ลำดับที่ 1.....

ลำดับที่ 2.....

ลำดับที่ 3.....

- รูปแบบ สีล้นของเครื่อง ATM ของธนาคารใดที่ท่านพึงพอใจมากที่สุดและรองลงมา รวม 3 ลำดับ

ลำดับที่ 1 ชื่อธนาคาร.....

ลำดับที่ 2 ชื่อธนาคาร.....

ลำดับที่ 3 ชื่อธนาคาร.....

- ความทันสมัยด้านเทคโนโลยีของเครื่อง ATM ที่ให้บริการได้รวดเร็วและมีความหลากหลายของบริการให้เลือกใช้ ท่านเห็นว่าธนาคารใดให้บริการได้ดีที่สุด และรองลงมา รวม 3 ลำดับ (โปรดระบุ)

ลำดับที่ 1 ชื่อธนาคาร.....

ลำดับที่ 2 ชื่อธนาคาร.....

ลำดับที่ 3 ชื่อธนาคาร.....

- บริการด้าน ATM หรือบริการด้านอื่นๆ ที่ท่านต้องการให้ธนาคารให้บริการเพิ่มขึ้นในอนาคต (โปรดระบุ)

บริการด้าน ATM (1).....

(2).....

(3).....

(4).....

บริการด้านอื่นๆ (1).....

(2).....

(3).....

(4).....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท

(คุณมนตรี เพียรพิทยากุล)

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ภาคผนวก ข
แผนที่เขตที่ทำการสุ่มตัวอย่าง

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางมนทรา เพ็ชรพิทยากุล
วัน เดือน ปีเกิด	3 สิงหาคม 2508
สถานที่เกิด	เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	กศ.บ. (ธุรกิจศึกษา-การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) พ.ศ 2531
สถานที่ทำงาน	ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ฝ่ายปฏิบัติการ-ธุรกรรมการธนาคารในประเทศ
ตำแหน่ง	ผู้จัดการส่วน กลุ่มงานสนับสนุนการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์
ทุนการศึกษา	ได้รับทุนการศึกษาในการทำวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบัตร ATM ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จากมหาวิทยาลัยสุโขทัย- ธรรมราชราษ ปี พ.ศ 2544