

Scan

**พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของ  
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร**

**นายพิสิษฐ์ อินทรีย์**

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ.2551

**Customer Behavior in Using Automatic Depositor Machine of the  
Krungthai Bank Public Company in Bangkok Metropolis**

**Mr.Pisit Insee**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration  
School of Business Management Science  
Sukhothai Thammathirat Open University  
2008

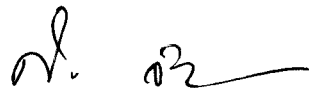
หัวข้อการศึกษา ค้นคว้าอิสระ พุทธิกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ  
ของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร  
ชื่อและนามสกุล นายพิสิษฐ์ อินทรีย์  
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ

คณะกรรมการสอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ได้ให้ความเห็นชอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ  
ฉบับนี้แล้ว



ประธานกรรมการ

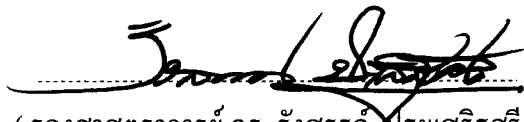
(รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร. สมนึก จันทประทีน)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจอนุมัติให้รับการศึกษา  
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



(รองศาสตราจารย์ ดร. รังสรรค์ ประเสริฐศรี)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ

วันที่ 14 เดือน มกราคม พ.ศ. 2559

ชื่อการศึกษา **คั่นคว่าอิสระ** พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ศึกษา นายพิสิษฐ์ อินทรีย์ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ ปีการศึกษา 2551

### บทคัดย่อ

กรณีศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้า ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการให้ธนาคารทำการแก้ไขและปรับปรุงต่อไป โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ กับ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 25-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ เพราะสะดวกกว่ารอรับบริการที่เคาน์เตอร์ รองลงมาคือ สามารถใช้เครื่องฝากเงินนอกเวลาทำการได้ ความสะดวกรวดเร็ว และทันสมัยตามลำดับ ส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำและโฆษณาของทางธนาคาร โดยใช้บริการเพราะญาติพี่น้องแนะนำน้อยที่สุด และลูกค้าส่วนใหญ่ใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ใกล้ที่ทำงานและเป็นทางผ่าน ส่วนใหญ่ใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติเป็นบางโอกาส รองลงมาคือช่วงต้นเดือน กลางเดือน และปลายเดือนตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาที่ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติมากที่สุดคือ ช่วงเวลาระหว่าง 15.01 - 22.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ถัดมาคือ ช่วงเวลา 6.00 - 12.00 น. และ ช่วงเวลา 22.01-05.59 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการน้อยที่สุด ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ มาใช้เพื่อฝากเงิน รองลงมาคือชำระค่าบริการต่างๆ สอบถามยอดเงินในบัญชี และ ฝากเงินเข้าบัญชีต่างธนาคาร เป็นจำนวนน้อยที่สุด

ปัญหาส่วนใหญ่ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ คือ การที่ธนาคารมีเครื่องน้อยเกินไป รองลงมาคือเงินติดในเครื่องโดยไม่เข้าบัญชีลูกค้า และ ได้รับเงินคืนช้าหากเกิดปัญหาจากเครื่อง

**คำสำคัญ** พฤติกรรม เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครนี้ จัดทำขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยทำงานในหน้าที่ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ และเครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ ซึ่งได้พบกับปัญหาเกี่ยวกับการขาดดุลในเรื่องของการทำรายการระหว่างธนาคารอยู่แทบทุกเดือน จึงทำให้คิดว่าทั้งที่ทางธนาคารพยายามเพิ่มจำนวนเครื่องให้บริการมากขึ้นอยู่เรื่อยๆ แต่กลับไม่สามารถทำให้ยอดการขาดดุลการทำรายการต่างธนาคารลดลง หรือลดลงก็เพียงเล็กน้อย จึงทำให้ผู้วิจัยมีความเชื่อว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนเครื่องแต่เพียงอย่างเดียวอาจไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงตั้งใจจะทำวิจัยในเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องอัตโนมัติ โดยมุ่งเน้นไปที่เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ ซึ่งยังไม่ค่อยมีผู้ทำการวิจัย ส่วนใหญ่ทำการวิจัยแต่เรื่องเครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติเท่านั้น เพื่อให้ธนาคารสามารถสนองความต่อความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำมาซึ่งความสำเร็จในเชิงกลยุทธ์และนโยบายของธนาคารต่อไป

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอยกความดี และประโยชน์อันเกิดจากการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มาขอบคุณบิดาและมารดา ที่ได้ให้กำเนิด เลี้ยงดูและอบรมสั่งสอน รวมทั้ง นพ.รังสรรค์ อินทรีย์ พี่ชายที่ได้ส่งเสริมไม่เพียงแต่สนับสนุนในเรื่องทุนการศึกษาแต่ยังรวมถึงการให้กำลังใจและคำชี้แนะมาตั้งแต่ผู้วิจัยยังเยาว์วัย จนประสบความสำเร็จทั้งในเรื่องการศึกษาและในหน้าที่การงานและขอให้งานวิจัยครั้งนี้เกิดประโยชน์แก่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าของทางธนาคารต่อไป ไม่มากก็น้อย

พิสิษฐ์ อินทรีย์

ตุลาคม 2551

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย .....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	5
บริการ .....	6
คุณลักษณะเฉพาะของเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ .....	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....	14
รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค .....	16
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	20
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	21
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	22
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	22
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	23
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	23
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ .....	23
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้า .....	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	36
สรุปการวิจัย .....	36
อภิปรายผล .....	38
ข้อเสนอแนะ .....	39
บรรณานุกรม .....	40
ภาคผนวก .....	42
ก แบบสอบถาม .....	43
ประวัติผู้ศึกษา .....	46

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ การใช้บริการเครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ(ATM) และการใช้เครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) ของลูกค้านั้นเป็นไปอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วกว่าการเข้าไปรับบริการที่เคาท์เตอร์ของธนาคาร และแทบจะไม่มี ความแตกต่างกัน ลูกค้าสามารถที่จะฝากหรือถอนเงินสดเสร็จแล้ว ก็สามารถทำการปรับสมุดจากเครื่องปรับสมุดตู้ฝากอัตโนมัติ (Auto update passbook) ที่ตั้งอยู่ใกล้ๆกันได้ทันที รวมทั้งสามารถใช้บริการได้หลากหลาย มิใช่เพียงแค่การฝากหรือถอนเงินสดแต่เพียงอย่างเดียว เช่น สามารถโอนเงิน ชำระค่าบริการ หรือค่าสาธารณูปโภคต่างๆ หรือแม้แต่เติมเงินให้กับโทรศัพท์มือถือ ฯลฯ และสำหรับข้อดีที่สำคัญอีกอย่างสำหรับการใช้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติก็คือ สามารถใช้บริการได้ 24 ชม.ไม่มีเวลาปิดบริการเหมือนดังเช่นสาขาของธนาคาร ดังนั้นจึงได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และทางธนาคารเองก็ได้พยายามที่จะเพิ่มทั้งจำนวนเครื่องที่ให้ บริการ และการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นผ่านเครื่องอัตโนมัติของธนาคาร เนื่องจากเล็งเห็นถึงแนวโน้มในการได้รับความนิยมจากลูกค้า ดังที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งบางครั้งการเพียงแค่เพิ่มจำนวนเครื่องที่ให้ บริการแต่เพียงอย่างเดียว อาจไม่ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงก็เป็นได้

แต่เดิมนั้นการนำเงินมาฝากเข้าบัญชีธนาคาร ลูกค้าต้องเดินทางเข้ามาที่สาขาของธนาคาร กดบัตรคิว เขียนใบนำฝาก และรอเรียกคิว ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยาก และเสียเวลานาน หากเป็นช่วงต้นเดือนหรือปลายเดือนที่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ก็ยิ่งทำให้การบริการเป็นไปอย่างเชื่องช้าและทำให้ลูกค้าต้องรอคิวเป็นเวลานาน เมื่อธนาคารได้นำเครื่องฝากเงินอัตโนมัติเข้ามาให้บริการ ทำให้ลูกค้าสามารถที่จะเลือกใช้บริการที่เครื่องฝากเงินอัตโนมัติได้ โดยเพียงแค่ใช้บัตร ATM หรือกดปุ่มฝากโดยไม่ใช้บัตร บรรจุเงินลงในช่องฝากเงิน กดปุ่มยืนยัน ก็สามารถฝากเงินเข้าบัญชีได้ทันที (real time) ลูกค้าสามารถนำสมุดไปปรับที่เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ ซึ่งปัจจุบันนี้มักจะมียางใกล้ๆกัน เมื่อลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็วเช่นนี้จึงช่วยทำให้จำนวนลูกค้าที่รอรับบริการที่เคาท์เตอร์ลดน้อยลงไปด้วย และเมื่อเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติถูกนำไปติดตั้งในจุดที่สามารถให้บริการได้แม้ในช่วงนอกเวลาทำการ ก็ยิ่งเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการในช่วงนอกเวลาทำการอีกด้วย โดยผู้วิจัยมีความสนใจที่



จะทำการวิจัยเรื่องนี้เนื่องจากที่ผ่านมามีผู้ทำการวิจัยเครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ (ATM) เป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่มีการวิจัยเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ (ADM) มาก่อน

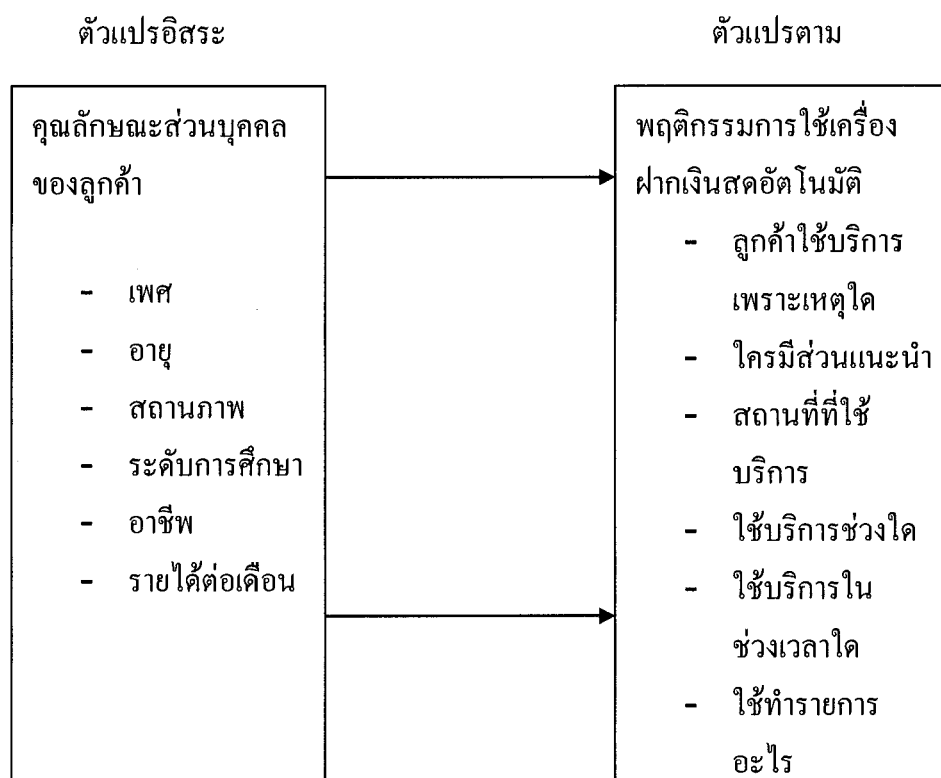
การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้า ในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ผ่านเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร เพื่อทำความเข้าใจและเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของเองลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลให้ธนาคารปรับปรุงการให้บริการของเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด ทำให้ธนาคารสามารถสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า และถือเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน และนำไปสู่การมีความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้า ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการผ่านเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการให้ธนาคารทำการแก้ไขและปรับปรุงต่อไป

### 3. กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีแนวคิดหลักที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร ซึ่งมีตั้งบริการอยู่ทั่วไปทั้งหน้าสาขาที่เปิดทำการหรือ ตั้งอยู่นอกสถานที่ที่ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอยู่ด้วย โดยมีกรอบแนวคิดที่จะศึกษา ดังนี้



#### 4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะลูกค้า ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น

4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา การเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน กันยายน ถึงตุลาคม 2551

4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 พฤติกรรมของลูกค้า หมายถึง พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

5.2 เครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine) หมายถึง เครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ

5.3 เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ (Automatic Deposit Machine) หมายถึง เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ

5.4 เครื่องปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ (Auto update passbook) หมายถึง เครื่องปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ

#### 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

6.2 เพื่อนำผลการ วิจัยไปปรับปรุงการให้บริการ เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุง ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อไป

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

“ธนาคารสะดวก (The Convenience Bank) สำหรับลูกค้ารายย่อย ภาคธุรกิจ ภาครัฐ และสถาบัน” คือ วิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และการที่จะเป็นธนาคารสะดวกได้นั้น องค์ประกอบหนึ่งก็คือ การใช้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติของธนาคารที่ตั้งอยู่ตามจุดต่างๆ ทั้งตั้งอยู่หน้าสาขาของธนาคารเอง หรือตั้งเป็น **Boot Convenience** อยู่ตามสถานที่ชุมชนต่างๆ โดยไม่มีเจ้าหน้าที่ของธนาคารคอยดูแล ด้วยคุณสมบัติที่ไร้ขีดจำกัดทางด้านเวลาของการให้บริการ (7 วัน/ 24 ชม.) และสามารถทำรายการพื้นฐานเช่น ฝาก ถอน โอนเงินหรือชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ อย่างง่ายดาย แล้วก็ทำการปรับสมุดจากเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ (Auto update passbook) ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกันทันทีที่มีรายการเกิดขึ้น

**เครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine)** ให้ลูกค้าสามารถถอนเงิน โอนเงินระหว่างบัญชีของท่านเอง หรือโอนไปยังบัญชีของผู้อื่น การชำระค่าบริการต่างๆ และด้วยความทันสมัยหากท่านต้องการชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ เติมเงินเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งตรวจสอบยอดเงินในบัญชีได้ด้วย

**เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (Automatic Deposit Machine)** ให้ลูกค้าสามารถฝากเงินสดผ่านเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติได้อย่างมั่นใจ เพราะลูกค้าสามารถตรวจสอบและยืนยันทุกขั้นตอนในระหว่างทำการฝาก ทั้งยังพิมพ์ใบบันทึกรายการให้เก็บไว้เป็นหลักฐานด้วย เมื่อลูกค้าป้อนธนบัตรเข้าเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ เครื่องจะตรวจสอบความถูกต้องของธนบัตรนั้น อ่านมูลค่าของธนบัตร และแสดงจำนวนรวมให้เห็นบนจอภาพ เมื่อป้อนธนบัตรเสร็จเรียบร้อย เครื่องจะขอให้ลูกค้าตรวจสอบจำนวนเงินและเลขบัญชีให้แน่นอนอีกครั้ง ก่อนจะกดปุ่มยืนยัน ซึ่งหมายความว่า การทำธุรกรรมเป็นอันเสร็จสมบูรณ์ เครื่องจะพิมพ์ใบบันทึกรายการออกมาให้

**เครื่องปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ (Auto update passbook)** เครื่องนี้ทำงานโดยการอ่านแถบรหัสที่ติดอยู่ด้านในสมุดคู่ฝาก ลูกค้าใช้บริการโดยเริ่มจากการเปิดสมุดไปยังหน้าที่ต้องการบันทึก แล้วสอดเข้าเครื่อง จากนั้นเครื่องจะพิมพ์รายการของลูกค้าและแจ้งให้ทราบเมื่อต้องเปลี่ยนหน้า หากลูกค้าไม่ได้บันทึกรายการในสมุดมาเป็นเวลานาน และได้ทำธุรกรรมหลายอย่างในระหว่างนั้น ซึ่งอาจด้วยการใช้เครื่องเอทีเอ็ม ยอดคงเหลือที่แสดงในสมุดจะเป็นยอดรวม โดยไม่แสดงรายละเอียดของธุรกรรมแต่ละรายการ สมุดที่จะใช้กับเครื่องปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ ควรจะอยู่ในสภาพที่ดี ไม่ยับหรือหักงอ จึงควรเก็บรักษาสมุดคู่ฝากให้แบนเรียบอยู่ตลอดเวลา ไม่ควรพับหรือยับโดยเด็ดขาด

## 1. บริการ

- **บริการถอนเงิน** ลูกค้าสามารถถอนเงินจากบัญชีที่ผูกกับบัตรที่ใช้ทำรายการ ได้ตามวงเงินสูงสุดในการทำรายการในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับประเภทของบัตร โดยสามารถถอนเงินได้สูงสุด 20,000 บาทต่อครั้ง (ขึ้นอยู่กับประเภทของบัตร)
- **บริการสอบถามยอดคงเหลือ** ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี ยอดเงินที่สามารถถอนได้ของบัญชีที่ผูกกับบัตร
- **บริการโอนเงิน** ลูกค้าสามารถใช้บัตร ATM ทุกประเภททำรายการ โอนเงินจากบัญชีที่อยู่ในบัตรไปยังบัญชีของธนาคารไหน สาขาใดก็ได้ทั่วประเทศ ตามความต้องการในบริการโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคารผ่านเครื่อง ATM เป็นทางเลือกที่สะดวก ทำให้ท่านไม่ต้องเสียเวลาไปถึงสาขาธนาคาร และไม่ต้องเสียเวลารอทั้งคิวเข้ารับบริการ รอเวลาธนาคารเปิดทำการหรือ รอให้ถึงวันจันทร์ ทั้งยังเป็นวิธีที่ปลอดภัย ไม่ต้องเสี่ยงกับการที่ต้องพกพาเงินสดไปที่ธนาคาร ท่านสามารถโอนภายใต้เงื่อนไขการโอน หากไม่เกิน 10,000 บาท คิดอัตรา 25 บาทต่อรายการ และถ้าหากมากกว่า 10,000 แต่ไม่เกิน 30,000 บาท คิดอัตรา 35 บาทต่อรายการ หากเป็นระหว่างบัญชีธนาคารกรุงไทยด้วยกัน ไม่คิดค่าบริการ ใช้บริการได้ทุกวัน ตั้งแต่ 6.00 – 21.00 น. ไม่เว้นวันเสาร์-อาทิตย์
- **บริการชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ ผ่าน Barcode Scan ที่เครื่อง ATM** ลูกค้าสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยการใช้บัตร ATM ทุกประเภทที่มีบัญชีคู่บัตร โดยลูกค้าสามารถใช้บริการได้ที่เครื่องอ่าน Barcode แล้วเลือกทำรายการด้วยการชำระด้วยบาร์โค้ด ง่ายกว่าการใช้ใบแจ้งการชำระเงินจากหน่วยงาน นำแถบบาร์โค้ดเข้าใส่เครื่องอ่าน และรอสีกครู่ก็สามารถชำระค่าใช้จ่ายได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปยังสาขา
- **บริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ** ลูกค้าสามารถทำการชำระค่าสินค้าและบริการของบริษัทที่ทำข้อตกลงกับธนาคารได้ โดยสามารถหักจากบัญชีที่ผูกกับบัตรได้สูงสุดตามวงเงินของบัตรที่ใช้ทำรายการ ไม่ว่าจะเป็นชำระค่าบริการโทรศัพท์มือถือของ DTAC และเติมเงิน Dprompt , ค่าโทรศัพท์มือถือของ Truemove, ชื้อข้าวโมงอินเตอร์เน็ต KSC, ชำระเพิ่มภาษีเงินได้ ภงด.90 91, ชำระค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวง, ชำระค่าบัตรเครดิตกรุงไทย, ชำระเงินกองทุนต่างๆ ของ KTAM ฯลฯ นอกจากนี้ยังสามารถร่วมบริจาคให้กับหน่วยงานต่างๆ เช่น มูลนิธิ โสสะ
- **บริการเปลี่ยนรหัส** เพื่อเป็นการป้องกันมิฉ้อฉล และความปลอดภัยในการทำรายการ ท่านควรเปลี่ยนรหัสประจำบัตรของท่านอย่างสม่ำเสมอ โดยเข้ามาที่เมนูบริการเปลี่ยนรหัส เพื่อกำหนดรหัสชุดใหม่ให้แก่บัตรของท่านเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการครั้งต่อไป

- ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 โดยการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งคู่ เข้าเป็นธนาคารเดียวกันตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า "ธนาคารกรุงไทย จำกัด" ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "Krung Thai Bank Limited" ใช้สัญลักษณ์ "นกยูงยักษ์" ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำธนาคารจนถึงปัจจุบัน

## 2. คุณลักษณะเฉพาะของเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ

### 2.1 คุณสมบัติของ HARDWARE

1 เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ แบ่งเป็น 2 แบบ ประกอบด้วย

แบบที่ 1 แบบเปิดเครื่องด้านหน้า

แบบที่ 2 แบบเปิดเครื่องด้านหลัง

2 สามารถใช้กับไฟฟ้าในระบบ 220 V, 50/60 Hz ได้

3 ระบบเครื่องฝากเงินอัตโนมัติแต่ละเครื่องต้องมีอุปกรณ์อย่างน้อยดังต่อไปนี้

รายละเอียด	จำนวน	หน่วยนับ
1. CPU	1	UNIT
2. DISPLAY	1	UNIT
3. KEYBOARD	1	UNIT
4. CARD SET	1	UNIT
5. BARCODE READER	1	UNIT
6. RECEIPT PRINTER	1	UNIT
7. CASH ACCEPTOR AND VALIDATION	1	UNIT
9. SECURITY SYSTEM	1	SYSTEM

## (1) ประสิทธิภาพของเครื่อง

## (1.1) CPU

PROCESSOR เป็นชนิดไม่ต่ำกว่า PENTIUM 4 ที่มีความเร็วไม่ต่ำกว่า 2 GHz หรือที่มีประสิทธิภาพดีกว่า

(1.2) ต้องมีหน่วยความจำหลัก (Main Memory) ไม่น้อยกว่า 1 x 256 MB

(1.3) HARDDISK มีขนาดไม่ต่ำกว่า 40 GB

(1.4) ต้องมี SYSTEM DIAGNOSTIC

(1.5) ต้องมี AUDIO และ VIDEO ที่สามารถใช้งาน MPEG ได้

(1.6) ต้องมี WINDOWS XP หรือ ใหม่กว่า

(1.7) ต้องมี CD-ROM DRIVE เป็นแบบ 52 X หรือ DVD ที่มีความเร็วไม่น้อยกว่า 16 x ในการอ่าน

## (2) DISPLAY

(2.1) ต้องเป็นชนิด LCD ที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 12 นิ้ว

(2.2) สามารถแสดงข้อความได้อย่างน้อยทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ตัวเลขและอักขระพิเศษ

(2.3) สามารถแสดงภาพสีได้ไม่น้อยกว่า 256 สี ที่มีความละเอียดไม่น้อยกว่า 1024x768 PIXELS

(2.4) สามารถแสดงเป็นภาพ GRAPHIC และมี MULTIMEDIA เพื่อให้สามารถแสดงภาพ ANIMATION ได้โดยไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการให้บริการ

## (3) KEYBOARD

(3.1) ต้องเป็น STANLESS STEEL ที่มีตัวเลขปรากฏอยู่อย่างถาวร

(3.2) PIN PAD ต้องรองรับ TRIPLE DES และ DES

(3.3) ต้องมี PROGRAMMABLE FUNCTION KEY จำนวนอย่างน้อย 8 KEYS

## (4) CARD SET

(4.1) ต้องมี MAGNETIC CARD READER ที่สามารถอ่านแถบแม่เหล็กตามมาตรฐาน ISO ได้ทั้งแบบ HI-CO และ LO-CO

(4.2) ต้องมี MAGNETIC CARD READER สำหรับ READ TRACK 1 2 และ 3 ได้

(4.3) ต้องมีกล่องหรือถาดสำหรับเก็บบัตร (CARD CAPTURE)

(4.4) ต้องมีระบบคืนบัตรในกรณีไฟฟ้าดับ (CARD RETURN ON POWER FAIL)

(4.5) ต้องมีอุปกรณ์สำหรับอ่านและบันทึกข้อมูลบน SMART CARD ตามมาตรฐาน EMV VERSION 4.0 LEVEL 1 ของ VISA หรือสูงกว่า

(5) BARCODE READER

สามารถอ่านแถบรหัส BARCODE ชนิด CODE 39, CODE 93, CODE 128, EAN 128, Interleaved 2 of 5 และตามมาตรฐานของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้เป็นอย่างดี

(6) RECEIPT PRINTER

(6.1) ต้องเป็นแบบ THERMAL PRINTER

(6.2) สามารถพิมพ์ได้ไม่น้อยกว่า 40 ตัวอักษรต่อบรรทัด

(6.3) ความเร็วในการพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 120 ตัวอักษรต่อวินาที

(6.4) สามารถพิมพ์ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ตัวเลข และอักขระพิเศษ

(6.5) สามารถพิมพ์ภาพ GRAPHIC ตามที่ธนาคารฯ กำหนด

(7) CASH ACCEPTOR AND VALIDATION

(7.1) สามารถรับธนบัตรไทยชนิด 100 บาท 500 บาท และ 1,000 บาท ตามรูปแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

(7.2) สามารถรับธนบัตรไทยชนิดและรูปแบบที่เพิ่มเติมจากข้อ (7.1) ได้

(7.3) สามารถรับธนบัตรได้ไม่ต่ำกว่า 50 ฉบับ ต่อการทำรายการฝากเงิน 1 ครั้ง โดย สามารถรับธนบัตรชนิดต่าง ๆ แบบคละกันได้

(7.4) มีความเร็วในการนำธนบัตรเข้าสู่ระบบการตรวจความถูกต้องของธนบัตรไม่น้อยกว่า 5 ฉบับ/วินาที

(7.5) ต้องมีกล่องสำหรับใส่เงิน (CURRENCY CASSETTE) อย่างน้อย 1 กล่องพร้อมกล่องสำรองอย่างน้อย 1 กล่อง โดยแต่ละกล่องจะต้องมีขนาดความจุธนบัตรไม่ต่ำกว่า 2,000 ฉบับ

(7.6) กล่องใส่เงินแต่ละกล่องต้องสามารถบรรจุธนบัตรไทยชนิดใบละ 100 บาท 500 บาท และ 1,000 บาท ได้

(7.7) ต้องสามารถตรวจสอบความสมบูรณ์ของธนบัตรได้ ในกรณีที่พบธนบัตรชำรุดหรือติดกัน ต้องสามารถคืน (PURGE) เฉพาะธนบัตรที่ชำรุดหรือติดกัน

(7.8) ต้องสามารถคัดแยกธนบัตรปลอมได้

(7.9) มีการตรวจสอบขนาดธนบัตรทั้ง 2 ด้าน ความกว้าง ความยาว และความหนา ของธนบัตร

(7.10) มีที่พักของธนบัตรที่นำเข้าฝาก เพื่อรอการยืนยันจากผู้ฝากก่อนนำเงินเข้าเก็บ



## ในกล่องเงิน

(7.11) สามารถฝากธนบัตร โดยสอดธนบัตรได้ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง

### (8) SECURITY SYSTEM

(8.1) ต้องมี ALARM SYSTEM ดังนี้

ก. SENSOR สำหรับตรวจจับความร้อน

ข. SENSOR สำหรับตรวจจับการสั่นสะเทือน หรือเสียงเพื่อ

ป้องกันการเข้าถึงและทำลาย HARDWARE

(8.2) ต้องมีระบบควบคุมและตรวจสอบการทำงานของเครื่อง ฯ

(8.3) ต้องมีตู้นิรภัย ประกอบด้วย

ก. ตู้นิรภัยต้องเป็นไปตามมาตรฐาน UL 291 หรือสูงกว่า

ข. ประตูตู้นิรภัยต้องเป็นแบบใช้กุญแจ (KEY LOCK) และรหัส  
หมุน (COMBINATION LOCK) หรือ ELECTRONIC LOCK ประกอบกัน

(8.4) ต้องมีระบบหยุดบริการ ในกรณีที่เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ไม่อยู่ใน  
สภาพพร้อมใช้งาน

(8.5) ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยของ DATA COMMUNICATION  
ตามมาตรฐาน NBS/DES หรือมาตรฐานอื่นที่ไม่ต่ำกว่าและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

(8.6) ต้องมีระบบป้องกันการขโมยข้อมูลจากแถบแม่เหล็ก (ANTI  
SKIMMING)

(8.7) ต้องมีช่องสำหรับติดตั้งกล้องบันทึกภาพ

1.4 ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับเชื่อมต่อกับเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ โดยมี  
สัญญาณเตือนภัยดังที่เครื่องฝากเงินอัตโนมัติทันที และมีสัญญาณส่งมา ณ จุดที่ธนาคารฯ กำหนด  
ด้วย

1.5 SOFTWARE สำหรับควบคุมการทำงานบนเครื่องฝากเงินอัตโนมัติต้องม  
ีความสามารถอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(1) สามารถให้บริการผ่านระบบเครือข่ายสื่อสารชนิด X.25 และรองรับ TCP /  
IP ได้

(2) สามารถจัดการให้บริการหากมีความชำรุดบกพร่องของส่วนประกอบ ดังนี้

(2.1) ระบบสื่อสาร

(2.2) ระบบการบันทึกรายการลงบน ELECTRONIC JOURNAL

(2.3) ระบบการอ่านหรือเขียนข้อมูลจากบัตร (MCRW)

(2.4) DISPLAY CONTROLLER

(2.5) KEYBOARD CONTROLLER

## (2.6) ระบบการฝากเงิน

(3) สามารถรับและแก้ไขโปรแกรมควบคุมการทำงานของระบบเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ จาก BASE- 24 ATM ได้

(4) มีรูปแบบตัวหนังสือทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ตัวเลขและอักขระพิเศษ ให้เลือกได้หลายรูปแบบ เพื่อแสดงบนจอภาพ และพิมพ์บนใบบันทึกรายการ

(5) สามารถกำหนดและตรวจสอบชนิดของธนบัตรที่ใช้กับเครื่องฯ ได้

(6) สามารถยกเลิกการทำรายการแต่ละขั้นตอนได้

(7) สามารถยกเลิกรายการในกรณีที่ลูกค้าใช้ระยะเวลา ในการทำรายการเกินกว่าที่ธนาคาร กำหนด (TIME OUT)

(8) ต้องสามารถรับ-ส่งแฟ้มข้อมูลเพิ่มรูปภาพ และ MUTIMEDIA จากส่วนกลางได้

(9) สามารถส่งข้อมูลจำนวนฉบับการรับเงิน (BILL COUNTER) หรือยอดสะสมจำนวนฉบับการรับเงินไปยังส่วนกลาง หลังจากทีเครื่องฝากเงินอัตโนมัติได้รับธนบัตรแล้ว โดยแยกตามชนิดธนบัตร ได้ไม่น้อยกว่า 4 ชนิด ดังนี้ ธนบัตรชนิด 20 บาท 100 บาท 500 บาท และ 1,000 บาท

(10) มีระบบหยุดบริการ ในกรณีที่เครื่องฯ ไม่อยู่ในสภาพพร้อม

(11) มีระบบการตรวจสอบความถูกต้อง ในกรณีเกิดการขัดข้องของระบบเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ในขณะที่ลูกค้าทำการรายการ

(12) สามารถส่งสัญญาณเสียงเตือน ในกรณีลูกค้าไม่หยิบบัตรคืนหรือไม่รับธนบัตรคืน

1.6 มีระบบ ELECTRONIC JOURNAL ที่สามารถบันทึกรายการที่เกิดขึ้นที่เครื่องฝากเงินอัตโนมัติได้ทันที โดยต้องสามารถ BACKUP ข้อมูล ELECTRONIC JOURNAL ใส่แผ่น DISKETTE หรือแผ่น CD และสามารถ TRANSFER ข้อมูล ELECTRONIC JOURNAL จากเครื่องอัตโนมัติมายังส่วนกลางโดยผ่าน NETWORK ของธนาคารฯ ได้ ซึ่งข้อมูล ELECTRONIC JOURNAL ต้องสามารถเรียกดูได้ที่สาขาและสำนักงานใหญ่

1.7 ต้องผลิตตามมาตรฐาน IEC หรือ IEEE หรือ VDE และได้รับการรับรองตามมาตรฐานไม่ต่ำกว่า ISO 9001

### 3. ประวัติการก่อตั้งธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ในระยะแรกของการก่อตั้งธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้ใช้สถานที่สำนักงานใหญ่ของธนาคารเกษตร จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ ถนนเยาวราช เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ และมีสาขารวม 81 แห่ง พนักงาน 1,247 คน สินทรัพย์รวม 4,582.10 ล้านบาท และทุนจดทะเบียน 105 ล้านบาท วัตถุประสงค์ของการรวมธนาคารทั้งสองให้เป็นธนาคารของรัฐ ที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง สามารถคุ้มครองผู้ฝากเงิน และบริการลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนสามารถ อำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้มากขึ้นด้วย ผลการดำเนินงานของธนาคาร ได้ขยายตัวเติบโตขึ้นมาเป็นลำดับ ทำให้อาคารสำนักงานใหญ่เดิมคับแคบไม่สะดวก และไม่คล่องตัว ในการปฏิบัติงาน ธนาคารจึงได้ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่มาตั้งอยู่ ณ อาคารเลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2525 และได้ใช้เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่มาจนถึงปัจจุบัน ในเดือนมีนาคม 2530 ธนาคารกรุงไทย ได้รับมอบหมายให้เข้าไปช่วยบริหารงาน ในโครงการ 4 เมฆา ต่อจากธนาคารแห่งประเทศไทย โดยเน้นการบริหารในเชิงธุรกิจ ต่อมาเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลัง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของธนาคารสยาม มีปัญหาหลายด้านที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้น ทำให้เป็นภาระที่รัฐจะต้องจัดการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งไม่ทราบว่าจะสิ้นสุดเมื่อใด และหลังจากการรวมกับธนาคารสยาม จำกัด แล้วธนาคารกรุงไทยจะกลายเป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐเพียงแห่งเดียว มีสินทรัพย์มากเป็นอันดับสองของประเทศ สามารถจะสนองตอบนโยบาย การเงินการคลังของประเทศ และสามารถแสดงบทบาทความเป็น "ธนาคารนำ" (Lead Bank) ได้

#### 4. ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน

ความก้าวหน้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้เริ่มดำเนินกิจการมา ธนาคารกรุงไทยได้เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง และรวดเร็ว มีการปรับปรุง และขยายองค์การงานใหม่ ทั้งในสำนักงานใหญ่และสาขา ซึ่งทำให้ธนาคาร สามารถให้บริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น กระทั่งปี พ.ศ. 2531 ธนาคารกรุงไทย จัดเป็น ธนาคารพาณิชย์เพียงแห่งเดียว ที่มีสาขาอยู่ครบทั่วทุกจังหวัดของประเทศ และยังมีแผนงานจะขยาย สาขาเพิ่มขึ้นอีก โดยเน้นการเปิดสาขาในเขตรอบนอก ที่ความเจริญกำลังขยายตัวออกไป ซึ่งทำให้ ธนาคารสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็วยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ธนาคารกรุงไทยยังได้นำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้กับงานให้บริการแก่ลูกค้า และการปฏิบัติงานภายในธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตั้งระบบออนไลน์ และเครื่องเอทีเอ็ม ซึ่ง ธนาคารกรุงไทยนับเป็นธนาคารแรกที่สามารถติดตั้งได้ครบ 73 จังหวัดทั่วประเทศ ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2531 และในปี 2532 ได้ติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 50 เครื่อง จากที่มีอยู่เดิม 171 เครื่อง ทำให้ธนาคารสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีที่มีอยู่ ให้เกิดประโยชน์ ต่อการดำเนินงานของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ขณะเดียวกันธนาคารก็ได้ขยาย ขอบข่ายการให้บริการด้านนี้ออกไปอีก โดยเปิดให้มีบริการธนาคารออฟฟิศเบงค์กิ้ง เพื่อให้ข้อมูล ทางการเงินที่ถูกต้องและทันกับเวลาในการตัดสินใจทางธุรกิจของลูกค้าเอง

ความก้าวหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การนำหุ้นของธนาคารเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2532 นับเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่นำหุ้นเข้าซื้อ-ขายในตลาด หลักทรัพย์ฯ โดยได้เริ่มเปิดการซื้อขายหุ้นของธนาคารกรุงไทย ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2532 เป็นต้นมา และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2537 โดยใช้ ชื่อ "ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)" (Krung Thai Bank Public Company Limited)

การที่ธนาคารตัดสินใจ นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ทำให้ เกิดผลดีที่เห็นได้ชัด 3 ประการคือ

1. เป็นการส่งเสริมการออม และการลงทุนของประเทศ ตามนโยบายที่รัฐบาลวางไว้
2. เป็นการกระจายหุ้นของธนาคารไปสู่มหาชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการระดมทุนมา ใช้ในกิจการ
3. เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่ให้กับตลาดหลักทรัพย์ฯ อันเป็นการส่งเสริมตลาดทุนภายในประเทศให้ ขยายตัวมากขึ้น

## 5. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นวิชาที่ศึกษาในเรื่อง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจสูงสุดตามแนวคิดของการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

### • ความหมายและแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่จะประเมินผลและให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการ

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมภายนอก องค์กรประกอบ 2 ประการใหญ่ๆ ของสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มบุคคลในสังคมและหน่วยธุรกิจปฏิริยาดังกล่าวอาจจะเกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้ เกิดโดยตรง ได้แก่ การโฆษณา หรือเกิดโดยอ้อม ได้แก่ การที่ผู้ร่วมงานของผู้บริโภคแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค ในทางกลับกัน ผู้บริโภคเองก็มีอิทธิพลต่อกลุ่มสังคมและหน่วยธุรกิจ เช่น การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยเกินไป หน่วยธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าและบริการเสียใหม่ นอกจากนี้สภาพการแข่งขันก็มีอิทธิพลทำให้หน่วยธุรกิจมีอิทธิพลระหว่างกันเองด้วย

ในฐานะผู้ซื้ออาจกล่าวได้ว่า เป้าหมายของการซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็คือ การได้รับความพอใจในสินค้าที่ซื้อมา ผู้บริโภคจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการตัดสินใจให้ได้ว่าจะซื้อดีไหม (Whether) ถ้าซื้อซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How to purchase) เป็นต้น การตัดสินใจเบื้องต้นว่าจะซื้อดีไหม (Whether) สามารถตกลงใจได้ทั้งก่อนและหลังจากไปถึงตลาดแล้ว ผู้บริโภครู้โดยสัญชาตญาณว่าเขาต้องการสินค้านั้นหรือไม่ ในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องมีกิจกรรมทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง หรือในอีกแง่หนึ่ง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคเข้าตลาดแล้ว การตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าดีไหมขึ้นกับการเสาะหาข้อมูลและการประเมินสินค้าในตลาดนั้น

การตัดสินใจว่าจะซื้ออะไร (What) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสินค้าที่มีให้เลือกในตลาด ผู้บริโภคค้นหาความพอใจ หรือประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า แต่ความพอใจจะบรรลุได้ก็โดยผ่านความเป็นเจ้าของสินค้านั้น นอกจากนี้นี่ยังขึ้นกับว่าสินค้านั้นจะสามารถสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคถึงระดับที่ผู้บริโภคต้องการหรือไม่ เมื่อใดที่ผู้บริโภคตระหนักว่าตัวเองต้องการสินค้านั้นก็จะเข้าไปในตลาด

ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเมื่อใด วันไหน ฤดูไหน ขึ้นกับเวลาที่เขาต้องการสินค้านั้นหรือไม่ ทั้งนี้เพราะ ณ เวลาที่ต่างกันผู้บริโภคจะต้องการสินค้าที่ต่างกัน เช่น แม่บ้านมักไปตลาดเพื่อจ่ายกับข้าวทุกเช้าวันเสาร์ แต่จะซื้อยาสิฟนก็ต่อเมื่อของเก่ากำลังจะหมดเท่านั้น

ส่วนการตัดสินใจว่าซื้อสินค้าที่ไหน เป็นเรื่องของการเลือกร้านค้าที่จะซื้อ คนนอกเมืองอาจซื้อร้านใกล้ๆบ้าน ขณะที่คนในเมือง จะเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า

การตัดสินใจว่าซื้ออย่างไร เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับเวลาและความพยายามที่ใช้ไปในการซื้อสินค้า จำนวนสินค้าที่ซื้อ ซื้อด้วยเงินสดหรือไม่ เดินทางไปซื้อด้วยวิธีใด จะแวะร้านไหนบ้างและจะเดินซื้อคนเดียวหรือไปซื้อกับใคร ผู้บริโภคจะต้องตอบคำถามทั้ง 5 ให้ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าหัวใจสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การตัดสินใจซื้ออย่างไร (How)

เป้าหมายของการตลาดเพื่อสามารถเข้าถึงและสร้างความพึงพอใจ ตรงตามความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขอบเขตในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่ม และองค์กร มีการเลือกซื้อ เลือกใช้ ชอบและไม่ชอบสินค้า ความคิดหรือประสบการณ์ที่สร้างความพอใจตามความต้องการและปรารถนาของตนได้อย่างไร

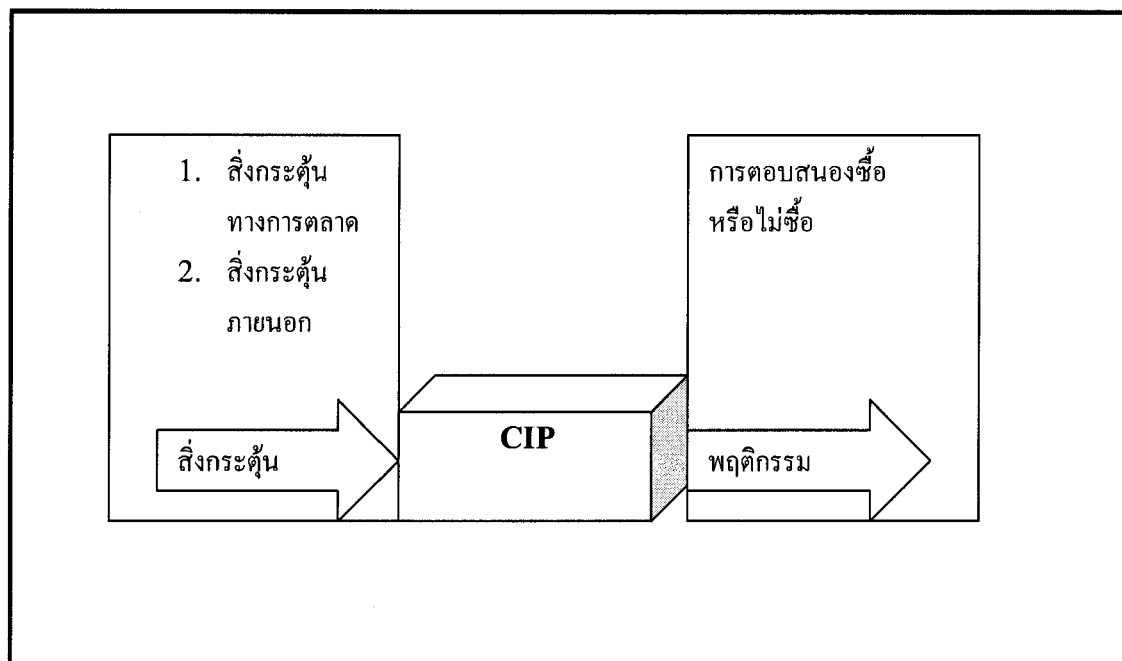
กล่าวโดยสรุปแล้วการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ก็คือการศึกษาเรื่อง 6W และ 1H นั่นเอง หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคกำลังตัดสินใจว่าจะซื้อดีไหม (Whether) ในแง่ของนักการตลาดจึงเริ่มพิจารณา 6W และ 1H ดังนี้

Who	=	ใครเป็นผู้ซื้อ
What	=	ซื้ออะไร
When	=	ซื้อเมื่อไหร่
Where	=	ซื้อที่ไหน
Why	=	ซื้อทำไม
Whom	=	ซื้อเพื่อใครหรือใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
How	=	ซื้ออย่างไร

การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและการรู้จักผู้บริโภคนั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้บริโภคอาจกล่าวถึงความจำเป็นและความต้องการของตนเองออกมาลักษณะหนึ่ง แต่กลับแสดงออกอีกลักษณะหนึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริโภคอาจจะยังไม่ได้ถูกสัมผัสแรงกระตุ้นมากพอ อาจจะตอบสนองต่ออิทธิพลที่ทำให้ความคิดของเขาเปลี่ยนแปลงในนาทีสุดท้าย

## 6. รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค

จุดเริ่มต้นเพื่อเข้าใจพฤติกรรมของผู้ซื้อคือ รูปแบบของการตอบรับต่อสิ่งเร้า สิ่งเร้าภายนอกสถานะแวดล้อมทางการตลาดจะเข้าไปสู่ภาวะจิตใจของผู้ซื้อ คุณลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการในการตัดสินใจ จะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ ภาระหน้าที่นักการตลาดต้องทำความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในภาวะจิตใจของผู้ซื้อคืออะไร ระหว่างการได้รับสิ่งเร้าภายนอก และการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ดังภาพ



**1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus)** สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นได้จากการกระทำของนักการตลาดหรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย

**1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น ในที่นี้หมายถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

**1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคอันเกิดจากปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม สิ่งกระตุ้นทางการแข่งขัน เป็นต้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) หมายถึง สิ่งที่สามารถจะไขปริศนาได้ว่า ทำไมผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมแบบนั้น แบบนี้ กล่องดำประกอบด้วยองค์ประกอบใหญ่ๆ 2 ส่วน คือ คุณลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 คุณลักษณะของผู้ซื้อ ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วย ขั้นตอนคือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ หรือประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ความรู้สึกต้องการ ความต้องการก่อนการซื้อ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการใช้หรือความรู้สึกหลังการซื้อ นั่นเอง

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ โดยผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราหือ (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้จำหน่าย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)



## 7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชูชาติ เลิศจินตนาภิจ(2528) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการเพียงธนาคารเดียว โดยมีเหตุผลพอใจให้ใช้บริการ คือ ความรวดเร็ว มีการใช้บริการถอนเงินมากที่สุด ด้านการโอนเงินส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตู้กระຈกที่ล้อมรอบเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติมีความจำเป็น โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะประสบปัญหาการรอคิวโดยเฉลี่ย 5-10 นาที นอกจากนี้ยังประสบปัญหาเครื่องเสีย ปิดบริการ ทำให้ผู้ให้บริการไม่พอใจหรือเกิดความเบื่อหน่าย เพราะต้องเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์

ศากุน กรรณสูต(2527) ได้ศึกษาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในระบบการเงินของประเทศ ไทย เน้นหนักเฉพาะบริการฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ พบว่า ตั้งแต่ธนาคารไทยพาณิชย์นำเอาเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติมาให้บริการแก่ลูกค้าและประสบความสำเร็จทำให้ธนาคารต่างๆ หันมาแข่งขันกันในด้านบริการเอทีเอ็มมากขึ้น

นิคม สะอาดเอี่ยม(2539) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนสแควร์ พบว่า ด้านสถานที่ ลูกค้ามีความพอใจสูงสุดด้านสถานที่ตั้งของธนาคาร ด้านบริการฝาก ถอน โอนและชำระเงิน ลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจ และพึงพอใจสูงสุดกับเครื่องเอทีเอ็มที่ธนาคารมีไว้บริการ

สุวัฒนา ไบเจริญ(2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น พบว่า การให้บริการและระยะเวลาดำเนินงานนั้น ลูกค้าพอใจมาก ส่วนด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง และพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้งนั้น ลูกค้าพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สุนทร พรรณดวงเนตร(2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM: ศึกษากรณีสาขา อุบลราชธานี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจะต่ำสุดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด

จุมพล สัตยภรณ์(2542) ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่าลูกค้าต้องการให้ธนาคารมีการจัดลำดับการเข้ารับบริการ ในช่วงที่ลูกค้ามาติดต่อใช้บริการจำนวนมาก และควรมีการติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ธนาคารควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้กฎระเบียบ ขั้นตอนและวิธีการทำนิติกรรมต่างๆ และผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าจะได้รับเพื่อความสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง

สิริสา เขียรถาวร(2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็ม และศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเอทีเอ็มของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้ตู้เอทีเอ็มระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความถูกต้องของเงินที่ได้รับจากการถอนผ่านตู้เอทีเอ็ม รองลงมาคือเรื่องความรวดเร็วในการทำรายการของเอทีเอ็ม และความสะดวกในการทำรายการผ่านเอทีเอ็ม ตามลำดับ ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บัตรกรุงศรีเอทีเอ็มเพราะความสะดวก สำหรับผู้แนะนำให้ใช้บริการตู้เอทีเอ็มนั้นมาจากเจ้าหน้าที่ของธนาคาร

จากข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องเอทีเอ็มของธนาคาร การพัฒนารูปแบบการให้บริการเอทีเอ็ม ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเครื่องอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) โดยมีแง่มุมในการศึกษาที่แตกต่างไปจากงานวิจัยที่ได้ทำมาแล้ว และครอบคลุมเครื่องให้บริการอัตโนมัติ ไม่เพียงแต่เครื่องเอทีเอ็มเท่านั้น ซึ่งธนาคารสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการพัฒนารูปแบบการให้บริการต่อไป

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 1. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้านาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ที่มาใช้บริการที่เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มลูกค้านาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารในสถานที่ต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างมาเพื่อใช้เป็นตัวแทนของประชากร

1.3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มประชากรที่จะเก็บข้อมูลนี้มีเป็นจำนวนมาก จึงขอใช้ตารางสำเร็จรูปในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรมากกว่า 500,000 หน่วยขึ้นไป ได้จำนวนตัวอย่าง 384 หน่วย (Welch and Comer 1983, 158) แล้วใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multistage random sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่มาใช้บริการเครื่องอัตโนมัติ มีขั้นตอนดังนี้

1.3.1 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non probability) ทำการสุ่มเลือกสาขาและ หรือ Boot Convenience ซึ่งมีเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติให้บริการอยู่ 8 แห่ง และกระจายแบบสอบถามออกไปเพื่อเก็บข้อมูลจุดละเท่าๆ กัน คือจุดละ 48 ชุด

1.3.2 สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคาร

โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey) ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจะทำการเก็บจากลูกค้า ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติจากสถานที่ที่จับสลากเลือก โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างละเท่าๆกัน ดังนี้

จุดติดตั้งที่สุ่มเลือกได้	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. สาขาย่อยแพ่งชั้นไฮล์แลนด์	48
2. หน้าโรงเรียนสตรีศรีอยุธยา	48
3. สาขามีนบุรี	48
4. สาขานนศรีอยุธยา	48
5. สาขาย่อยเดอะมอลล์บางกะปิ	48
6. สาขาย่อยองค์การโทรศัพท์	48
7. สาขานนแจ้งวัฒนะ	48
8. หน้าตลาดวัชรพล	48
รวมทั้งหมด	384

## ตารางแสดงจุดติดตั้งและจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บแบบสอบถาม

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยมุ่งศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการที่เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง
- 1.3 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม โดยมีรูปแบบของแบบสอบถาม มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อต่างๆ ในส่วนที่ 1-2 และในส่วนอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการได้รับจากเครื่องฝากเงินอัตโนมัติของธนาคาร

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ(Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากแบบ สอบถาม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ตอนที่ 1. การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ

#### ตอนที่ 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1. เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	113	29.4
หญิง	271	70.6
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และเพศหญิง จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 2.สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	216	56.3
สมรส	146	38.0
หม้าย/หย่าร้าง	22	5.7
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด เป็นจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 สถานภาพสมรส เป็นจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่เป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 3.อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	64	16.7
25-30 ปี	143	37.2
31-35 ปี	117	30.5
36-40 ปี	51	13.3
41-45 ปี	9	2.3
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีอายุระหว่าง 25-30 ปี เป็นจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี เป็นจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีอายุระหว่าง 36-40 เป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และมีอายุระหว่าง 41-45 ปี เป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุเกิน 45 ปีนั้น ไม่ถูกสุ่มเป็นตัวอย่าง ทั้งนี้จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 4.ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	110	28.6
ปริญญาตรี	253	65.9
ปริญญาโทขึ้นไป	21	5.5
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 ระดับปริญญาโท เป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ส่วน ทั้งนี้จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน



## 5.อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	34	8.9
พนักงานบริษัทเอกชน	244	63.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	62	16.1
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	29	7.6
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	1.0
อื่นๆ	11	2.9
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ เป็นจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน เป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และประกอบอาชีพอื่นๆ เป็นจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ทั้งนี้จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 6.รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	133	34.6
10,000-30,000 บาท	143	37.2
30,001-50,000 บาท	101	26.3
มากกว่า 50,000 บาท	7	1.8
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 เป็นผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000-30,000 บาท เป็นจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 เป็นผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท เป็นจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และเป็นผู้มีรายได้มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป เป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ซึ่งถือเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคตามทฤษฎี 6W 1H นั่นเอง

ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมผู้ใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ

### 1. ใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติเพราะเหตุใดมากที่สุด

	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกรวดเร็ว	80	20.8
สามารถใช้นอกเวลาทำการ	117	30.5
ทันสมัย	55	14.3
สะดวกกว่าเคาน์เตอร์	132	34.4
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ เพราะสะดวกกว่า รอร์ับบริการที่เคาน์เตอร์เป็นจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ซึ่งถือว่าเป็นเหตุผลที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด รองลงมาคือสามารถใช้นอกเวลาทำการได้ เป็นจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ถัดมาคือสะดวกรวดเร็ว เป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และความทันสมัย เป็นจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 2.ใครมีส่วนแนะนำให้ท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ

	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่ธนาคาร	136	35.4
เพื่อน	92	24.0
ญาติพี่น้อง	64	16.7
โฆษณา	92	24.0
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ใช้บริการเครื่องฝากอัตโนมัติ เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ธนาคารแนะนำเป็นจำนวนมากที่สุด เป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาเนื่องจากเพื่อนแนะนำและโฆษณาของธนาคาร เป็นจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เท่ากัน และเนื่องจากญาติพี่น้อง เป็นจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

### 3.สถานที่ที่ท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทยบ่อยที่สุด

	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	53	13.8
ใกล้ที่ทำงาน	80	20.8
ทางผ่าน	78	20.3
ห้างสรรพสินค้า	173	45.1
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ถูกค่าใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติมากที่สุดคือที่ห้างสรรพสินค้า เป็นจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมาคือเครื่องที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน เป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ส่วนทางผ่าน เป็นจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และใกล้บ้าน เป็นจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

#### 4. ท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติช่วงใดมากที่สุด

	จำนวน	ร้อยละ
สิ้นเดือน	51	13.3
ต้นเดือน	79	20.6
กลางเดือน	59	15.4
แล้วแต่โอกาส	195	50.8
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ลูกค้าใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติเป็นบางโอกาสมากที่สุด เป็นจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาในช่วงต้นเดือน เป็นจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ใช้ช่วงกลางเดือน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และใช้ช่วงสิ้นเดือน เป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

### 5.ใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติในเวลาใดมากที่สุด

	จำนวน	ร้อยละ
6.00-12.00 น.	11	2.9
12.01-15.00 น.	110	28.6
15.01-22.00 น.	256	66.7
22.01-05.59 น.	7	1.8
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ถูกค้าใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติในช่วงเวลา ระหว่าง 15.01-22.00 น. มากที่สุด เป็นจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาเป็นช่วงเวลา ระหว่าง 12.01-15.00 น. เป็นจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ใช้ในช่วงเวลา 6.00-12.00 น. เป็นจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และใช้ในช่วงเวลา 22.01-05.59 เป็นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 6. ใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติทำรายการประเภทใดบ่อยที่สุด

	จำนวน	ร้อยละ
ฝากเงิน	131	34.1
ชำระค่าบริการต่างๆ	102	26.6
เช็คยอดเงินในบัญชี	96	25.0
ฝากเข้าบัญชีต่างธนาคาร	55	14.3
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ถูกค่าใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติทำการการฝากเงินมากที่สุด เป็นจำนวน 131 คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาคือใช้ชำระค่าบริการต่างๆ เป็นจำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 26.6 ใช้เช็คยอดเงินในบัญชี เป็นจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และฝากเงินเข้าบัญชีต่างธนาคาร เป็นจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## 7. ปัญหาการมีเครื่องน้อยเกินไป

	จำนวน	ร้อยละ
เลือก	257	66.9
ไม่เลือก	127	33.1
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดในการใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ คือ การมีเครื่องน้อยเกินไป เป็นจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน



### 8. ปัญหาเงินติดในเครื่องโดยไม่เข้าบัญชี

	จำนวน	ร้อยละ
เลือก	86	22.4
ไม่เลือก	298	77.6
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาที่ลูกค้าพบรองลงมาในการใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ คือ การที่เงินติดในเครื่องโดยไม่เข้าบัญชี เป็นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

### 9. ปัญหาการได้รับเงินคืนซ้ำหากเกิดปัญหาจากเครื่อง

	จำนวน	ร้อยละ
เลือก	60	15.6
ไม่เลือก	324	84.4
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาที่ลูกค้าพบถัดมาในการใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ คือ การที่ได้รับเงินคืนซ้ำหากเกิดปัญหาจากเครื่อง เป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

**10. ปัญหาเครื่องยัดบัตรไปอย่างไร้เหตุผล**

	จำนวน	ร้อยละ
เลือก	53	13.8
ไม่เลือก	331	86.2
รวม	384	100

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดในการใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ คือ การที่เครื่องยัดบัตรไปอย่างไร้เหตุผล เป็นจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 384 คน

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า ในการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 25-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-30,000 บาท

##### 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ เพราะสะดวกกว่ารอรับบริการที่เคาน์เตอร์ รองลงมาคือ สามารถใช้เครื่องฝากเงินนอกเวลาทำการได้ ความสะดวกรวดเร็ว และทันสมัยตามลำดับ ส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำและโฆษณาของทางธนาคาร โดยใช้บริการเพราะญาติพี่น้องแนะนำน้อยที่สุด และลูกค้าส่วนใหญ่ใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ใกล้ที่ทำงานและเป็นทางผ่าน ส่วนใหญ่ใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติเป็นบางโอกาส รองลงมาคือ ช่วงต้นเดือน กลางเดือน และปลายเดือนตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาที่ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติมากที่สุดคือ ช่วงเวลาระหว่าง 15.01 - 22.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. ถัดมาคือ ช่วงเวลา 6.00 - 12.00 น. และ ช่วงเวลา 22.01-05.59 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการน้อยที่สุด ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ มาใช้เพื่อฝากเงิน รองลงมาคือชำระค่าบริการต่างๆ สอบถามยอดเงินในบัญชี และ ฝากเงินเข้าบัญชีต่างธนาคาร เป็นจำนวนน้อยที่สุด

ปัญหาส่วนใหญ่ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ คือ การที่ธนาคารมีเครื่องน้อยเกินไป รองลงมาคือเงินติดในเครื่องโดยไม่เข้าบัญชีลูกค้า ถัดมาคือได้รับเงินคืนช้าหาก

เกิดปัญหาจากเครื่อง และเครื่องยึดบัตรไปโดยไม่มีเหตุผล เป็นปัญหาที่ถูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม  
ได้รับน้อยที่สุด

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ในการใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติของ ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ ที่คนเลือกใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ เพราะสะดวกกว่ารอรับบริการที่เคาน์เตอร์ซึ่ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของชูชาติ เลิศจินตนาภิ (2528) เนื่องจากพบว่าลูกค้านิยมใช้บริการเครื่อง ฝากเงินอัตโนมัติเพราะความสะดวกรวดเร็ว แสดงให้เห็นว่าธนาคารสามารถลดการใช้บริการที่ เคาน์เตอร์ลงได้ ซึ่งจะทำให้การให้บริการลูกค้าในช่วงปลายเดือนหรือต้นเดือนซึ่งเป็นช่วงที่มีลูกค้า มาใช้บริการเป็นจำนวนมากนั้น เป็นไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น เพราะเคาน์เตอร์จะให้บริการเฉพาะ ลูกค้าที่ต้องทำรายการผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารเท่านั้น ส่วนการฝากเงิน ถอนเงินหรือปรับสมุด อัตโนมัติ ลูกค้าสามารถไปใช้เครื่องอัตโนมัติแทนได้ เนื่องจากสะดวกและรวดเร็วกว่ารอรับบริการ ที่เคาน์เตอร์ โดยทั้งนี้ทั้งนั้นลูกค้าที่ใช้บริการอาจมีบางคนที่ยังไม่ทราบหรือยังไม่มั่นใจที่จะใช้ เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจุมพล สัตยารณ (2542) เนื่องจาก พบว่าธนาคารควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ให้รู้จักระเบียบ ขั้นตอนและวิธีการต่างๆ ใน การใช้เครื่อง จึงควรจัดเจ้าหน้าที่ธนาคารคอยแนะนำขั้นตอนการใช้งานเครื่อง ซึ่งจะเป็นการเพิ่ม ความมั่นใจให้ลูกค้ามากขึ้นในการใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ซึ่งก็สอดคล้องกับผลการวิจัยครั้ง นี้ที่ลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้เครื่องเพราะมีเจ้าหน้าที่ธนาคารคอยแนะนำ และจากผลการวิจัยจะ เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติที่ห้างสรรพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของนิคม สะอาดเยี่ยม (2539) เนื่องจากพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในด้านสถานที่ ติดตั้งของธนาคาร ซึ่งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ซีคอนสแควร์ ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มจุดบริการให้ มากขึ้นโดยเน้นไปที่ห้างสรรพสินค้า และควรติดตั้งในจุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย ไม่ควร ติดตั้งในจุดที่ไม่ค่อยมีคนเดินผ่าน ในช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุดจากผลการวิจัยจะเป็น ช่วงเวลา 15.01-22.00 น. และ ช่วงเวลา 12.01-15.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลากลางวันเป็นส่วนใหญ่ จึง เป็นสิ่งที่ทางธนาคารต้องประเมินถึงความคุ้มค่าในการติดตั้งในจุดบริการที่เปิด 24 ชม. รวมถึง ความเสี่ยงในการถูกโจรกรรมหากติดตั้งในจุดที่สามารถเข้าใช้บริการได้ตลอดเวลา สำหรับปัญหา ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุดจากผู้ตอบ แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ คือการมีเครื่องน้อยเกินไป อาจสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันยังมีเครื่อง ฝากเงินอัตโนมัติไม่เพียงพอ ทางธนาคารจึงควรเพิ่มจุดให้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติให้ มากขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

### 3. ข้อเสนอแนะ

**3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร** จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ ต่อการให้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ดังต่อไปนี้

3.1.1 ธนาคารควรเพิ่มเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติให้มากขึ้นในจุดที่มีลูกค้านิยมมาใช้บริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

3.1.2 ควรจัดเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำในการใช้เครื่องกับลูกค้า โดยเฉพาะเครื่องที่ติดตั้งภายในสาขาเพื่อลดการให้บริการที่เคาน์เตอร์ลง ซึ่งจะช่วยให้ธนาคารสามารถบริการลูกค้าได้มากขึ้นและหากเป็นเครื่องที่ติดตั้งในจุดที่ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำ ควรมีขั้นตอนการใช้เครื่องอย่างละเอียดติดอยู่บริเวณเครื่องในจุดที่ลูกค้าเห็นได้เด่นชัด

**3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการ** จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปลายเปิด จะเห็นว่านอกจากลูกค้าจะต้องการให้มีเครื่องเพิ่มขึ้นแล้ว ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมยังมีดังต่อไปนี้

3.2.1 ควรสามารถรับธนบัตรย่อยได้

3.2.2 ไม่ควรคิดค่าบริการในการทำรายการต่างธนาคาร

3.2.3 ควรติดตั้งในที่สว่างและปลอดภัย

3.2.4 ควรฝากเงินได้ครั้งละมากๆ

3.2.5 เมื่อเครื่องขัดข้องควรแก้ไขให้รวดเร็ว

3.2.6 ควรคืนเงินให้ลูกค้าให้รวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาจากเครื่องยึดเงินลูกค้าไป

3.2.7 ฝากเงินได้ครั้งละเป็นจำนวนมากกว่าที่เป็นอยู่

**3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป** สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในส่วน of เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ เพื่อให้ครอบคลุมเครื่องอัตโนมัติที่ทางธนาคารให้บริการอยู่ เพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการเครื่องอัตโนมัติในครอบคลุมทุกรายการ

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2546) การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จุมพล สัตยาภรณ์ (2542) "ทัศนะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อ  
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร วิทยาลัยศึกษาศาखाสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา"  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชูชาติ เลิศจินตนาภิจ (2528) "ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอน  
เงินอัตโนมัติของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิคม สะอาดเยี่ยม (2539) "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด  
(มหาชน) สาขาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนสแควร์" วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปรายรัตน์ สุวรรณ  
(2550) การวิเคราะห์ วางแผน SPSS เวอร์ชัน 12 สำหรับ windows พิมพ์ครั้งที่ 1  
กรุงเทพมหานคร บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- ยุทธนา ธรรมเจริญ (2550) "การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค" ใน การวิเคราะห์ วางแผนและ  
ควบคุมทางการตลาด หน่วยที่ 5 หน้า 183-277 นนทบุรี  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช บริหารธุรกิจ
- ศากุน วรรณสุด (2527) "ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในระบบการเงินของประเทศไทยเน้นหนัก  
เฉพาะบริการฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ" วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวรรณ ไบเจริญ (2540) "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา  
ขอนแก่น" วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุนทร พรรณดวงเนตร (2540) "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินของธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM: ศึกษานิพนธ์สาขาอุบลราชธานี"  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สิริสา เขียรถาวร (2547) "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการเครื่อง  
เอทีเอ็ม ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร" บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง



**ภาคผนวก**  
**(แบบสอบถาม)**

แบบสอบถามพฤติกรรมของลูกค้านำมาใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขต  
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ท่านเลือก

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

3. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี

2. 25 – 30 ปี

3. 31 – 35 ปี

4. 36 – 40 ปี

5. 41 – 45 ปี

6. ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่า ปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

3. ปริญญาโท

4. สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา

2. พนักงานบริษัทเอกชน

3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน

6. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2. 10,000 – 30,000 บาท

3. 30,001 – 50,000 บาท

4. 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ

7. ท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติเพราะเหตุใดมากที่สุด

1. สะดวกรวดเร็ว  2. สามารถใช้บริการนอกเวลาทำการได้  
 3. ทันสมัย  4. ง่ายและรวดเร็วกว่ารอรับบริการที่เคาน์เตอร์

8. ใครมีส่วนแนะนำให้ท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ

1. เจ้าหน้าที่ของธนาคาร  2. เพื่อน  
 3.ญาติพี่น้อง  4. โฆษณาของธนาคาร

9. สถานที่ที่ท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทยบ่อยที่สุด

1. เครื่องที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน  2. เครื่องที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน  
 3. เครื่องที่ตั้งอยู่ในทางผ่าน  4. เครื่องที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า

10. ปกติท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติช่วงใดมากที่สุด

1. สิ้นเดือน  2. ต้นเดือน  
 3. กลางเดือน  4. แล้วแต่โอกาส

11. ปกติท่านใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติในเวลาใดมากที่สุด

1. 6.00-12.00 น.  2. 12.01-15.00 น.  
 3. 15.01-22.00 น.  4. 22.01-05.59 น.

12. ท่านใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติทำรายการประเภทใดบ่อยที่สุด

1. ฝากเงิน  2. ชำระค่าบริการต่างๆ  
 3. เช็คยอดเงินในบัญชี  4. ฝากเงินเข้าบัญชีต่างธนาคาร

13. ปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติของธนาคารกรุงไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เครื่องยัดบัตรไปอย่างไม่มีเหตุผล  2. เงินติดในเครื่องโดยไม่เข้าบัญชี  
 3. มีเครื่องน้อยเกินไป  4. ได้รับเงินคืนช้าหากเกิดปัญหาจากเครื่อง

**ส่วนที่ 3: ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านต้องการได้รับจากการใช้เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ**

- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....

---

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นาย พิสิษฐ์ อินทรีย์
วัน เดือน ปี	1 กันยายน 2520
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติประยุกต์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร (ลาดกระบัง) ปีการศึกษา 2542
สถานที่ทำงาน	บริษัทกรู๊ปไทย คอมพิวเตอร์ เซอร์วิส เซส จำกัด
ตำแหน่ง	Supervisor