

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำนวนทั้งสิ้น 300 ราย ได้เสนอผลการศึกษาแบ่งเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลการใช้บริการบัตรเดบิต
- 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทย
- 4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย จากลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเป็นเพศชายจำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเป็นเพศหญิงจำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.3 (ตาราง 4.1)

ตาราง 4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	149	49.7
หญิง	151	50.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้ บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21- 30 ปี จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมามีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.3 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 และอายุไม่เกินไม่เกิน 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 (ตาราง 4.2)

ตาราง 4.2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	14	4.7
21-30 ปี	110	36.7
31-40 ปี	109	36.3
41-50 ปี	48	16.0
51-60 ปี	19	6.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

สถานภาพของลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.7 สถานภาพหย่า จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และหม้ายจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 (ตาราง 4.3)

ตาราง 4.3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	119	39.7
สมรส	147	49.0
หย่า	24	8.0
หม้าย	10	3.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง/และพนักงานบริษัท จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 (ตาราง 4.4)

ตาราง 4.4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	33	11.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	8.3
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	64	21.3
รับจ้าง/พนักงานบริษัท	170	56.7
เกษตรกร	8	2.7
รวม	300	100.0

ที่มา :จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ระดับการศึกษาของลูกค้าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 182 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 ระดับอนุปริญญาจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0 และระดับประถมศึกษาจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 (ตาราง 4.5)

ตาราง 4.5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	1.7
มัธยมศึกษา	53	17.7
อนุปริญญา	27	9.0
ปริญญาตรี	182	60.7
สูงกว่าปริญญาตรี	33	11.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน คือ 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.3 รายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไปจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 (ตาราง 4.6)

ตาราง 4.6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	6.7
5,001-10,000 บาท	61	20.3
10,001-15,000 บาท	61	20.3
15,001-20,000 บาท	70	23.3
20,001-25,000 บาท	45	15.0
25,001 บาทขึ้นไป	32	10.7
รวม	300	100.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาดังกล่าว พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเดบิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ได้รับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ อติศร ชุ่มอินทรจักร์ (2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบัตร ATM

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้บริการบัตร ATM มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบัตร ATM มากที่สุดนั้น เป็นผู้ประกอบอาชีพแล้ว โดยเป็นพนักงานบริษัท ห้างร้าน หรือ รับจ้าง

4.2 ข้อมูลการใช้บริการบัตรเดบิต

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเดบิตไว้ 2 ธนาคาร จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาจะถือครองบัตรเดบิต 1 ธนาคาร จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 และลูกค้าที่ถือครองบัตรเดบิต 3 ธนาคาร มีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 (ตาราง 4.7)

ตาราง 4.7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการถือครองบัตรเดบิต

ธนาคาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ธนาคาร	110	36.7
2 ธนาคาร	156	52.0
3 ธนาคาร	34	11.3
รวม	300	100.0

ที่มา: จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเดบิตไว้ 2 บัตร จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาจะถือครองบัตรเดบิต 1 บัตร จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 และลูกค้าที่ถือครองบัตรเดบิต 3 บัตร มีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 (ตาราง 4.8)

ตาราง 4.8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบัตรเดบิตที่ถือครอง

จำนวนบัตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 บัตร	110	36.7
2 บัตร	156	52.0
3 บัตร	34	11.3
รวม	300	100.0

ที่มา :จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเดบิต และบัตรเครดิต TMB VISA CARD ร่วมกัน จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาถือครองบัตรเดบิตเพียงอย่างเดียว จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 ถือครองบัตรเดบิต และบัตรเครดิต TMB MASTER CARD ร่วมกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 ถือครองบัตรเดบิตและบัตรเครดิต TMB TOP BRASS CARD จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3 (ตาราง 4.9)

ตาราง 4.9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการถือครองบัตรทางการเงินของธนาคารทหารไทย

ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บัตรเดบิต	136	45.3
บัตรเดบิต และบัตรเครดิต TMB VISA CARD	151	50.3
บัตรเดบิต และบัตรเครดิต TMB MASTER CARD	12	4.0
บัตรเดบิต และบัตรเครดิต TMB TOP BRASS CARD	1	0.3
รวม	300	100.0

ที่มา :จากแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาราง 4.8-4.9 สอดคล้องกับการที่ธนาคารพาณิชย์ต่างนำกลยุทธ์ด้านการตลาดมาใช้แข่งขันกันมากขึ้น เช่น การสมัครบัตรเดบิตโดยปลอดค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรกที่สมัคร กอปรกับการที่ธนาคารพาณิชย์ร่วมมือกับบริษัท VISA จัดทำรายการส่งเสริมการขายโดยให้ของสมนาคุณแก่ผู้ที่ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตร VISA หรือ VISA ELECTRON เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ลูกค้าหันมาใช้บริการบัตรเดบิตมากขึ้น หรือเป็นเจ้าของบัตรเดบิตในหลายธนาคาร

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ส่วนใหญ่จะเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อันดับสอง คือ ชื้อสินค้าและบริการ จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 อันดับสาม ใช้โอนเงิน จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.0 อันดับสี่ คือ ใช้ตรวจสอบยอดบัญชีเงินฝากธนาคาร 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.3 และใช้ชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 (ตาราง 4.10)

ตาราง 4.10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ประโยชน์จากการถือครองบัตรเครดิต

ประโยชน์	จำนวน (คน)	ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM	198	66.0
ซื้อสินค้าและบริการ	175	58.3
โอนเงิน	162	54.0
ตรวจสอบยอดบัญชีเงินฝากธนาคาร	106	35.3
ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ	95	31.7

ที่มา : จากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สถานที่ที่ถูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 260 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด อันดับสอง คือ ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.3 อันดับสาม คือ ร้านค้าที่บริการรับชำระด้วยบัตรเครดิต จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 อันดับสี่ คือ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 อันดับห้า คือ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 อันดับหก คือ โรงแรม/รีสอร์ท/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 อันดับเจ็ด คือ โรงพยาบาล จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 อันดับแปด คือ ท่าอากาศยาน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 อันดับเก้า คือ โรงภาพยนตร์/สถานบันเทิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 อันดับ 10 คือ หน่วยงานที่รับชำระค่าสาธารณูปโภค จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตาราง 4.11)

ตาราง 4.11 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการบัตรเครดิต

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ธนาคารพาณิชย์	260	86.7
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต	190	63.3
ร้านค้าที่บริการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	126	42.0
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	120	40.0
ท่าอากาศยาน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ	22	7.3
สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	60	20.0
โรงแรม/รีสอร์ท/แหล่งท่องเที่ยว	36	12.0
โรงพยาบาล/สถานบันเทิง	17	5.7
โรงพยาบาล	30	10.0
หน่วยงานที่รับชำระค่าสาธารณูปโภค	3	1.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ถูกคัดเลือกใช้บริการบัตรเครดิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ของธนาคารทหารไทยมากกว่าธนาคารอื่น คือ ด้านความสะดวก (เช่น จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ, มีความรวดเร็วในการถอนเงิน, มีจุดบริการหลายแห่ง, ใช้จ่ายกระดาษได้คล่องเหมือนเงินสด) จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ ด้านต้นทุน (เช่น ค่าธรรมเนียมการทำบัตรและการให้บริการที่มีราคาถูก) จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 ด้านความปลอดภัย (เช่น สถานตั้งของเครื่องเอทีเอ็มมีความปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ, ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวจำนวนมาก) จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.7 ด้านอื่น ๆ (เช่น ความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร, บัตรมีสีทันสมัยสวยงาม กะทัดรัดพกพาได้สะดวก, รสนิยม, นโยบายของรัฐบาล) จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และด้านการตลาด (เช่น มีโปรโมชั่นมากมาย, มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ) จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 (ตาราง 4.12)

ตาราง 4.12 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดที่ถูกคัดเลือกใช้บริการบัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ของธนาคารทหารไทยมากกว่าธนาคารอื่น

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านต้นทุน (เช่น ค่าธรรมเนียมการทำบัตรและการให้บริการที่มีราคาถูก)	90	30.0
ด้านการตลาด (เช่น มีโปรโมชั่นมากมาย, มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ)	13	4.3
ด้านความสะดวก (เช่น จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ, มีความรวดเร็วในการถอนเงิน, มีจุดบริการหลายแห่ง, ใช้จ่ายกระทำได้คล่องเหมือนเงินสด)	116	38.7
ด้านความปลอดภัย (เช่น สถานที่ตั้งของเครื่องเอทีเอ็มมีความปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ, ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวจำนวนมาก)	41	13.7
ด้านอื่น ๆ (เช่น ความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร, บัตรมีสีสันสวยงาม, กะทัดรัด, พกพาได้สะดวก, รสนิยม, นโยบายของรัฐบาล)	40	13.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากแบบสอบถาม

จากผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่า เหตุผลที่ถูกคัดเลือกใช้บริการบัตร “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ด้วยเหตุผลด้านความสะดวกมากที่สุด คือ จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ, มีความรวดเร็วในการถอนเงิน, มีจุดบริการหลายแห่ง, ใช้จ่ายกระทำได้คล่องเหมือนเงินสด ลูกค้านักช้อปปิ้งส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเดบิต และบัตรเครดิต TMB VISA CARD ควบคู่กันไป นอกจากนั้นยังใช้ประโยชน์โดยการเบิกถอนเงินสดจากเครื่องเอทีเอ็ม, ซื้อสินค้าและบริการ และโอนเงิน สถานที่ที่ใช้บริการบัตรเดบิต คือ ธนาคารพาณิชย์, ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ร้านค้าที่บริการรับชำระด้วยบัตรเดบิต

All rights reserved

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้านักธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ได้ผลการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยด้านต้นทุน ได้แก่

- ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น พบว่าเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีผลมาก จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 มีผลปานกลาง จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.0 มีผลน้อย จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

- ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีราคาถูก พบว่าเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 มีผลมาก จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 มีผลปานกลาง จำนวน 180 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีผลน้อย จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่

- โปรโมชันต่าง ๆ เช่น รายการ TMB BONUS PLUS สะสมแต้มแลกของรางวัล , ได้รับส่วนลดจากร้านค้ามากกว่า 300 แห่งทั่วประเทศ, สามารถใช้ถอนเงินและชำระค่าสินค้า/บริการ ด้วยวงเงินรวมสูงสุดวันละ 100,000 บาท/บัตร พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีผลมาก จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีผลปานกลาง จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีผลน้อย จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีผลมาก จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีผลปานกลาง จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีผลน้อย จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7

ปัจจัยด้านความสะดวก

- จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีผลมาก จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.7 มีผลปานกลาง จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.7 มีผลน้อย จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

- ความรวดเร็วในการถอนเงิน พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีผลมาก จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีผลปานกลาง จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 มีผลน้อย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0

- การมีเครือข่ายร่วมกับต่างธนาคารพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 มีผลมาก จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีผลปานกลาง จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.7 มีผลน้อย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7

- ใช้จ่ายกระทำได้คล่องเหมือนกับใช้เงินสดพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 มีผลมาก จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีผลปานกลาง จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 มีผลน้อย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7

- มีจุดบริการตามเครื่องหมาย Visa Electron กระจายอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 มีผลมาก จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีผลปานกลาง จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีผลน้อย จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

- ขั้นตอนการใช้บริการบัตรไม่ยุ่งยาก พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 มีผลมาก จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีผลปานกลาง จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีผลน้อย จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ปัจจัยด้านความปลอดภัย

- สถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีความปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีผลมาก จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 มีผลปานกลาง จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีผลน้อย จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3

- ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวจำนวนมาก พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 มีผลมาก จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีผลปานกลาง จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 มีผลน้อย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3

ปัจจัยด้านอื่น ๆ

- ความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีผลมาก จำนวน 171 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีผลปานกลาง จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 มีผลน้อย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

- บัตรมีสีสันสวยงาม กะทัดรัด พกพาได้สะดวก พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 มีผลมาก จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.7 มีผลปานกลาง จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีผลน้อย จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

- รสนิยม พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 มีผลมาก จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีผลปานกลาง จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีผลน้อย จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

- นโยบายของรัฐบาล พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 มีผลมาก จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.7 มีผลปานกลาง จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 มีผลน้อย จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 มีผลน้อยที่สุด จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3

เมื่อเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้านักการตลาดไทยตามค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่า การที่ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวจำนวนมาก เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการถือครองบัตรเดบิตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา คือ ความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.92) ใช้จ่ายกระทำได้คล่องเหมือนกับการใช้เงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีความปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีความรวดเร็วในการถอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.63) การมีเครือข่ายร่วมกับต่างธนาคาร และขั้นตอนการใช้บริการบัตรไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีจุดบริการตามเครื่องหมาย VISA ELECTRON กระจายอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) บัตรมีสีสันสวยงาม กะทัดรัด พกพาได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.46) จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีโปรโมชันต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.31) ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรมีราคาถูกกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.31) ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 3.30) รสนิยม (ค่าเฉลี่ย 3.21) นโยบายของรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 2.89) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.31) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตาราง 4.13 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทย

ปัจจัย	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น	27	80	159	26	8	3.31	11
2. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีราคาถูก	20	76	180	22	2	3.30	12
3. มีโปรโมชันต่าง ๆ	25	111	116	39	9	3.35	10
4. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ	1	64	147	53	35	2.31	15
5. จำนวนคู่มือที่เอื้อมีเพียงพอต่อความต้องการ	17	119	137	19	8	3.39	9
6. มีความรวดเร็วในการถอนเงิน	27	157	99	11	6	3.63	5
7. การมีเครือข่ายร่วมกับต่างธนาคาร	13	173	83	5	0	3.56	6
8. ใช้จ่ายกระแสทำได้คล่องเหมือนกับการใช้เงินสด	40	173	82	5	0	3.83	3
9. มีจุดบริการตามเครื่องหมาย Visa Electron กระจายอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก	21	133	122	20	4	3.49	7

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตาราง 4.13 (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
10. ขั้นตอนการใช้ บริการบัตรไม่ยุ่งยาก	21	147	114	16	2	3.56	6
11. สถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีความปลอดภัย และแสงสว่างเพียงพอ	34	178	78	9	1	3.78	4
12. ไม่ต้องพกพาเงินสด ติดตัวจำนวนมาก	110	139	46	4	1	4.18	1
13. ความเชื่อมั่นในการ ให้บริการของธนาคาร	53	171	74	2	0	3.92	2
14. บัตรมีสีทันสมัยสวยงาม กะทัดรัด พกพาได้ สะดวก	12	131	139	18	0	3.46	8
15. รสนิยม	5	93	165	35	2	3.21	13
16. นโยบายของรัฐบาล	8	83	107	71	31	2.89	14

ที่มา : จากแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณารายละเอียดตามหัวข้อของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทย พบว่า ปัจจัยด้านต้นทุน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ด้านค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยมากที่สุด รองลงมาคือด้านค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ปัจจัยด้านการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า โปรโมชันต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมา คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.31)

ปัจจัยด้านความสะดวก มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การที่ใช้จ่ายกระทำได้ดีค่อนข้าง เหมือนกับใช้เงินสดมีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา คือ มีความรวดเร็วในการถอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.63) การมีเครือข่ายร่วมกับต่างธนาคารและขั้นตอนการใช้บัตรไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีจุดบริการตามเครื่องหมาย VISA ELECTRON กระจายอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) และจำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การที่ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัว เป็นจำนวนมาก(ค่าเฉลี่ย 4.18) มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีความปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย3.92) รองลงมาคือ บัตรมีสีสันสวยงาม กะทัดรัด พกพาได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย3.92) รสนิยม(ค่าเฉลี่ย3.21) และ นโยบายของรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย2.89) ตามลำดับ (ตาราง 4.14)

ตาราง 4.14 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทยตามรายละเอียดของแต่ละปัจจัย

ปัจจัย	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปัจจัยด้านต้นทุน							
1. ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น	27	80	159	26	8	3.31	1
2. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีราคาถูก	20	76	180	22	2	3.30	2
ปัจจัยด้านการตลาด							
1. มีโปรโมชันต่าง ๆ เช่น รายการ TMB BONUS PLUS สะสมแต้ม แลกของรางวัล, ได้รับส่วนลดจากร้านค้ามากกว่า 300 แห่งทั่วประเทศ, สามารถใช้ถอนเงินและชำระค่าสินค้า/บริการ ด้วยวงเงินรวมสูงสุดวันละ 100,000 บาท/บัตร	25	111	116	39	9	3.35	1
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ	1	64	147	53	35	2.31	2
ปัจจัยด้านความสะดวก							
1. จำนวนตู้เอทีเอ็มมีเพียงพอต่อความต้องการ	17	119	137	19	8	3.39	5
2. มีความรวดเร็วในการถอนเงิน	27	157	99	11	6	3.63	2
3. การมีเครือข่ายร่วมกับต่างธนาคาร	13	173	83	5	0	3.56	3
4. ใช้จ่ายกระทำไค้คล่องเหมือนกับใช้เงินสด	40	173	82	5	0	3.83	1

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ตาราง 4.14 (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
5. มีจุดบริการตามเครื่องหมาย Visa Electron กระจายอยู่ตาม สถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก	21	133	122	20	4	3.49	4
6. ขั้นตอนการใช้บริการบัตรไม่ยุ่ง ยาก	21	147	114	16	2	3.56	3
ปัจจัยด้านความปลอดภัย							
1. สถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีความ ปลอดภัยและแสงสว่างเพียงพอ	34	178	78	9	1	3.78	2
2. ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัว จำนวนมาก	110	139	46	4	1	4.18	1
ปัจจัยด้านอื่น ๆ							
1. ความเชื่อมั่นในการให้บริการ ของธนาคาร	53	171	74	2	0	3.92	1
2. บัตรมีสีทันสมัยสวยงาม กระดาษ พกพาได้สะดวก	12	131	139	18	0	3.46	2
3. รสนิยม	5	93	165	35	2	3.21	3
4. นโยบายของรัฐบาล	8	83	107	71	31	2.89	4

ที่มา : จากแบบสอบถาม

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความสะดวก อันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ อันดับสี่ คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และอันดับที่ห้า คือ ปัจจัยด้านการตลาด ในขณะที่เพศหญิง ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านต้นทุน อันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย อันดับสี่ คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ และอันดับที่ห้า คือ ปัจจัยด้านการตลาด (ตาราง 4.15)

ตาราง 4.15 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเมื่อจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ด้านต้นทุน	52	1	38	2
ด้านการตลาด	5	5	8	5
ด้านความสะดวก	50	2	66	1
ด้านความปลอดภัย	19	4	22	3
ด้านอื่น ๆ	23	3	17	4

ที่มา : จากแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และช่วงอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ในขณะที่ลูกค้าที่มีช่วงอายุ 31-40 ปีส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ลูกค้าที่มีช่วงอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความสะดวก และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย (ตาราง 4.16)

ตาราง 4.16 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเมื่อจำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ									
	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ด้านต้นทุน	4	2	29	2	30	2	15	2	12	1
ด้านการตลาด	0	3	4	5	9	5	0	4	0	4
ด้านความสะดวก	6	1	47	1	33	1	27	1	3	2
ด้านความปลอดภัย	4	2	9	4	24	3	3	3	1	3
ด้านอื่น ๆ	0	3	21	3	13	4	3	3	3	2

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ในขณะที่ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความสะดวก และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิตที่มีสถานภาพหย่าและหม้าย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการตลาด และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านต้นทุน (ตาราง 4.17)

ตาราง 4.17 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเมื่อจำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัย	สถานภาพ							
	โสด		สมรส		หย่า		หม้าย	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ด้านต้นทุน	28	2	56	1	5	3	1	3
ด้านการตลาด	1	5	4	5	6	2	2	2
ด้านความสะดวก	58	1	42	2	10	1	6	1
ด้านความปลอดภัย	10	4	30	3	0	5	1	3
ด้านอื่น ๆ	22	3	15	4	3	4	0	4

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ในขณะที่ลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านต้นทุน ลูกค้าที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความสะดวกและอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ และลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย อันดับที่สาม คือ ปัจจัยความสะดวกและปัจจัยด้านอื่น ๆ (ตาราง 4.18)

ตาราง 4.18 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเมื่อจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		เกษตรกร	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ด้านต้นทุน	5	2	4	3	26	1	55	2	0	3
ด้านการตลาด	1	4	2	4	2	5	2	5	6	1
ด้านความสะดวก	22	1	12	1	15	2	67	1	0	3
ด้านความปลอดภัย	4	3	5	2	12	3	18	4	2	2
ด้านอื่น ๆ	1	4	2	4	9	4	28	3	0	3

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านต้นทุน ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านอื่น ๆ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านความสะดวก และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านความสะดวก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า ปัจจัยด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ (ตาราง 4.19)

ตาราง 4.19 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	ระดับการศึกษา									
	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ด้านต้นทุน	0	2	25	1	8	1	47	2	10	2
ด้านการตลาด	0	2	0	5	0	4	13	5	0	4
ด้านความสะดวก	5	1	18	2	4	3	77	1	12	1
ด้านความปลอดภัย	0	2	8	3	8	1	15	4	10	2
ด้านอื่น ๆ	0	2	2	4	7	2	30	3	1	3

ที่มา: จากแบบสอบถาม

ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต “TMB UNIVERSAL SHOPPING CARD” ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านต้นทุน ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท และ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านต้นทุน และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านความสะดวก ปัจจัยด้านความปลอดภัย และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านต้นทุน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความสะดวก และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านอื่น ๆ (ตาราง 4.20)

All rights reserved

ตาราง 4.20 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารทหารไทยเมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ด้านต้นทุน	4	3	19	2	14	2	22	2	18	1	13	1
ด้านการตลาด	0	4	1	5	3	5	1	5	8	2	0	5
ด้านความสะดวก	11	1	22	1	35	1	28	1	8	2	12	2
ด้านความปลอดภัย	5	2	5	4	11	3	9	4	8	2	3	4
ด้านอื่น ๆ	0	4	14	3	9	4	10	3	3	3	4	3

ที่มา: จากแบบสอบถาม

4.5 ปัญหา และอุปสรรคในการใช้บริการบัตรเดบิต

จากแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยใช้การเรียงลำดับความสำคัญ ตั้งแต่อันดับ 1 ให้มีความสำคัญมากที่สุด ไปจนถึงอันดับ 7 ให้มีความสำคัญน้อยที่สุด

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ หรือขัดข้องบ่อยครั้ง (ร้อยละ 27.7) รองลงมา คือ ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้า (ร้อยละ 16.3) และร้านค้าที่ให้บริการบัตรเดบิตมีจำนวนจำกัด (ร้อยละ 14.7) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับสอง คือ จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ หรือขัดข้องบ่อยครั้ง (ร้อยละ 32.7) รองลงมา คือ ร้านค้าที่ให้บริการบัตรเดบิตมีจำนวนจำกัด (ร้อยละ 22.0) และการให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 12.7) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับสาม คือ มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 24.3) รองลงมา คือ การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก (ร้อยละ 15.0) และการให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 14.7) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับสี่ คือ ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้า (ร้อยละ 24.7) รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 15.7) และมีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 13.0) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับห้า คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 20.3) รองลงมา คือ การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 16.7) ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้าและมีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 16.3) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับหก คือการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก (ร้อยละ 20.7) รองลงมา คือ การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต (ร้อยละ 17.3) และอัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 16.3) ตามลำดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ามีความสำคัญอันดับเจ็ด คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป (ร้อยละ 27.0) รองลงมา คือ มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอน หรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (ร้อยละ 20.0) และ การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเครดิต (ร้อยละ 16.0) ตามลำดับ (ตาราง 4.21)

ลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทย ต้องการให้ทางธนาคารมีการปรับปรุงในการติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มเพิ่มขึ้น หรือมีเจ้าหน้าที่สำรวจสาเหตุของปัญหาเครื่องขัดข้อง/ชำรุดพิจารณาเรื่องการลดค่าธรรมเนียมในการทำบัตรให้แก่ลูกค้า และปรับปรุงระยะเวลาตลอดจนขั้นตอนในการทำบัตรให้รวดเร็วขึ้น การร่วมมือกับร้านค้าสมาชิกและสถาบันต่าง ๆ ให้มีจำนวนมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น การมีข้อเสนอแนะอธิบายการปฏิบัติที่สั้นๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถแก้ไขปัญหาเล็กน้อยได้ด้วยตนเอง และการขยายวงเงินในการโอนหรือเบิกเงินให้เพิ่มมากขึ้น เช่น วงเงินในการซื้อสินค้าและบริการ จาก 60,000 บาท เป็น 100,000 บาทต่อวัน ให้เทียบเท่ากับธนาคารพาณิชย์อื่น

ตาราง 4.21 ปัญหา และอุปสรรคในการใช้บริการบัตรเดบิต

ปัญหา/อุปสรรค	จำนวน (คน)						
	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ
	1	2	3	4	5	6	7
การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก	6 (21.7)	8 (2.7)	45 (15.0)	37 (12.3)	40 (13.3)	62 (20.7)	43 (14.3)
อัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรและค่าธรรมเนียมรายปีสูงเกินไป	11 (3.7)	31 (10.3)	20 (6.7)	47 (15.7)	61 (20.3)	49 (16.3)	81 (27.0)
จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอหรือจัดซื้อบ่อยครั้ง	83 (27.7)	98 (32.7)	42 (14.0)	30 (10.0)	9 (3.0)	28 (9.3)	10 (3.3)
ร้านค้าที่ให้บริการบัตรเดบิตมีจำนวนจำกัด	44 (14.7)	66 (22.0)	43 (14.3)	34 (11.3)	40 (13.3)	44 (14.7)	29 (9.7)
ความไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการของลูกค้า	49 (16.3)	31 (10.3)	34 (11.3)	74 (24.7)	49 (16.3)	34 (11.3)	29 (9.7)
มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอนหรือเบิกถอนเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม	18 (6.0)	31 (10.3)	73 (24.3)	39 (13.0)	49 (16.3)	30 (10.0)	60 (20.0)
การให้บริการของพนักงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บัตรเดบิต	30 (10.0)	38 (12.7)	44 (14.7)	38 (12.7)	50 (16.7)	52 (17.3)	48 (16.0)

ที่มา : จากแบบสอบถาม

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด