

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการ ใช้บัตรเงินสดของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ประกอบด้วย ข้อมูลลักษณะทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะการใช้บริการ ได้แก่ ระยะทางโดยเฉลี่ยที่อยู่ห่างจากธนาคาร เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เดินทางเพื่อไปใช้บริการ ระยะเวลาที่ครอบครองบัตรเงินสด ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ใช้บริการ และบริการที่ใช้ รวมทั้งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเงินสด ได้แก่ การได้รับ/ไม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร แหล่งข้อมูลข่าวสาร และความถี่ที่ได้รับรู้ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 5 – 19

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการใช้บัตรเงินสด

ผลการวิเคราะห์ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการบัตรเงินสด ความต้องการใช้บัตรเงินสด ตลอดจนถึงเหตุผลที่มีความต้องการ หรือตั้งใจจะยกเลิกการใช้บัตรเงินสด โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 20 – 23

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสด

ผลการวิเคราะห์ประกอบด้วย ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการบัตรเงินสด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณะบัตร ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 24 – 27

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด

ผลการวิเคราะห์ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 28

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานในการศึกษา

ผลการวิเคราะห์เป็นการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการ ใช้บัตรเงินสด ได้แก่ ลักษณะทั่วไป ลักษณะทางเศรษฐกิจ ลักษณะการใช้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยทางการตลาด รายละเอียดแสดงในตารางที่ 29 – 42

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 ข้อมูลลักษณะทั่วไป

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| หญิง | 233 | 62.1 |
| ชาย | 142 | 37.9 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษารุ่นนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.1 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.9

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ไม่เกิน 20 ปี | 167 | 44.5 |
| 21 – 30 ปี | 137 | 36.5 |
| 31 – 40 ปี | 39 | 10.5 |
| 41 – 50 ปี | 29 | 7.7 |
| 51 – 60 ปี | 3 | 0.8 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุไม่เกิน 20 ปี มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 ระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.7 นอกนั้นเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี มีเพียงร้อยละ 0.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 | 14 | 3.7 |
| มัธยมศึกษาปีที่ 6 | 51 | 13.7 |
| ปวช./ปวท./หรือเทียบเท่า | 25 | 6.7 |
| ปวศ./อนุปริญญา/หรือเทียบเท่า | 27 | 7.2 |
| ปริญญาตรี | 236 | 62.9 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 17 | 4.5 |
| ไม่ได้ศึกษา | 5 | 1.3 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากถึง ร้อยละ 62.9 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 13.7 ปวศ./อนุปริญญา/หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 7.2 ปวช./ปวท./หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 6.7 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.5 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 3.7 และมีผู้ที่ไม่ได้ศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.3

4.1.2 ข้อมูลลักษณะทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------------|
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 12 | 3.2 |
| พนักงานบริษัท/ห้างร้าน/เอกชน | 51 | 13.6 |
| เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | 24 | 6.4 |
| ค้าขาย (พ่อค้า/แม่ค้า) | 20 | 5.3 |
| รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง | 23 | 6.1 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 239 | 63.7 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 6 | 1.6 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน/เอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.6 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 6.4 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 6.1 ค้าขาย (พ่อค้า/แม่ค้า) คิดเป็นร้อยละ 5.3 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.2 และมีผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพใดเลย คิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------------|
| ไม่มีรายได้ | 59 | 15.7 |
| ไม่เกิน 5,000 บาท | 215 | 57.3 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 60 | 16.0 |
| 10,001 – 20,000 บาท | 22 | 5.9 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 10 | 2.7 |
| มากกว่า 30,000 บาท | 9 | 2.4 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.9 ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.7 มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.4 และมีผู้ที่ไม่มียาได้ คิดเป็นร้อยละ 15.7

จากผลการศึกษารางที่ 5 – 9 เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ใช้บัตรเงินสดส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น โดยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมามีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และเป็นนักเรียนนักศึกษามากที่สุด โดยมีจำนวนมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพแล้วอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพนั้นพบว่า เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน/เอกชนนิยมใช้บัตรเงินสดมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท รองลงมามีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จากข้อมูลดังกล่าวอธิบายได้ว่า ปัจจุบันกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญทางการตลาดของธนาคารพาณิชย์มากขึ้น แต่เดิมนั้นธนาคารมุ่งเน้นแต่เพียงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้หรือผู้ที่มีงานทำที่มั่นคง แต่สภาพการณ์เหล่านั้นได้เปลี่ยนไป โดยธนาคารได้หันมาสนใจลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น ทำให้นักเรียนนักศึกษาหันมานิยมใช้บริการบัตรเงินสดมากขึ้น แม้ว่าลูกค้ากลุ่มนี้จะไม่ได้ประกอบอาชีพซึ่งเป็นแหล่งที่มาของรายได้ก็ตาม แต่พวกเขากลับมีรายได้ที่แน่นอนเนื่องจากแต่ละเดือนพ่อแม่ผู้ปกครองจะส่งเงินมาให้ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้วิธี โอนเข้าบัญชีเงินฝากธนาคาร ทำให้กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นมีสภาพคล่องสูงที่ไม่ต่างไปจากกลุ่มลูกค้าที่มีงานทำแล้วมากนัก

อย่างไรก็ดี ผลการศึกษารังนี้พบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทร์จักร์ (2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบัตรเอทีเอ็ม โดยศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีด้วยเช่นเดียวกัน แต่การศึกษารังนี้มีความแตกต่างจากผลการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทร์จักร์ (2544) ตรงที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มมากที่สุดนั้นเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว โดยเป็นพนักงานบริษัท ห้างร้านหรือรับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

ส่วนอีกประการหนึ่งก็คือ ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเกิดค่านิยมในกลุ่มผู้ใช้บัตรเงินสดที่ว่า การใช้บัตรเงินสดนั้นสะท้อนถึงความเป็นผู้มีรสนิยม แสดงออกถึงความโก้เก๋และมีความทันสมัย ซึ่งค่านิยมดังกล่าวนี้มีส่วนผลักดันให้วัยรุ่นหันมานิยมใช้บัตรเงินสดมากขึ้น ทั้งนี้จากผลการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทร์จักร์ (2544) ได้ศึกษาพบว่า การถือบัตรเอทีเอ็มนอกจากช่วยเสริมความคล่องตัวทางการเงินแล้ว ยังแสดงออกถึงความเป็นผู้มีรสนิยมและช่วยแสดงออกถึงความทันสมัยด้วย

4.1.3 ข้อมูลลักษณะการใช้บริการ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะทาง โดยเฉลี่ยจากที่พักไปยังธนาคาร

| ระยะทางโดยเฉลี่ย | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| 0 – 5 กิโลเมตร | 165 | 44.0 |
| 6 – 10 กิโลเมตร | 69 | 18.4 |
| 11 – 15 กิโลเมตร | 48 | 12.8 |
| 16 – 20 กิโลเมตร | 57 | 15.2 |
| มากกว่า 20 กิโลเมตร | 36 | 9.6 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางจากที่พักไปยังธนาคารเป็นระยะทางโดยเฉลี่ย 0 – 5 กิโลเมตร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 6 – 10 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 18.4 ระหว่าง 16 – 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 15.2 ระหว่าง 11 – 15 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 12.8 ส่วนที่มีระยะทางมากกว่า 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 9.6

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร

| ระยะเวลาโดยเฉลี่ย | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|--------------|
| 0 – 15 นาที | 173 | 46.1 |
| 16 – 30 นาที | 91 | 24.3 |
| 31 – 45 นาที | 42 | 11.2 |
| 46 นาที – 1 ชั่วโมง | 59 | 15.7 |
| มากกว่า 1 ชั่วโมง | 10 | 2.7 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการเดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร โดยเฉลี่ย 0 – 15 นาที มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 16 – 30 นาที

คิดเป็นร้อยละ 24.3 ระหว่าง 46 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.7 ระหว่าง 31 – 45 นาที คิดเป็นร้อยละ 11.2 ส่วนที่ใช้เวลาเดินทางมากกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.7

จากผลการศึกษาดารงที่ 10 – 11 พบว่า ผู้ใช้บัตรเงินสดส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ไม่ไกลจากธนาคาร จึงใช้เวลาในการเดินทางไปใช้บริการที่ธนาคารไม่มากนัก จากข้อมูลดังกล่าวเมื่อพิจารณาในส่วนของการพบว่า ในช่วงที่ผ่านมารธนาคารต่าง ๆ ได้ดำเนินการทางการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานผู้ใช้บัตรเงินสดของตนให้มากขึ้น ซึ่งสังเกตได้จากธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ได้ปรับปรุงและติดตั้งเครื่องเบิกถอนเงินสดอัตโนมัติ (ATM) รุ่นใหม่ไว้ ณ ที่ทำการสาขารธนาคารของตนเพิ่มขึ้น โดยมีพื้นที่บริการครอบคลุมมากขึ้น และสามารถให้บริการด้านเบิกถอนเงินสดได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเท่ากับว่าให้อิสระแก่ผู้ใช้บริการบัตรเงินสดในการใช้จ่ายอย่างเต็มที่

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ครอบครองบัตรเงินสด

| ระยะเวลาที่ครอบครองบัตรเงินสด | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| 0 – 6 เดือน | 73 | 19.5 |
| 7 เดือน – 1 ปี | 75 | 20.0 |
| 1.1 – 1.5 ปี | 65 | 17.3 |
| 1.6 – 2.0 ปี | 110 | 29.3 |
| มากกว่า 2 ปี | 52 | 13.9 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเงินสดเป็นระยะเวลา 1.6 – 2.0 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 7 เดือน – 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ระหว่าง 0 – 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ระหว่าง 1.1 – 1.5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 นอกนั้นใช้บริการมากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ บัตรเงินสด

| ความถี่ในการใช้บริการบัตรเงินสด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| ปีละ 2 – 3 ครั้ง | 29 | 7.7 |
| ปีละ 4 – 6 ครั้ง | 16 | 4.3 |
| เดือนละ 1 ครั้ง | 98 | 26.1 |
| เดือนละ 2 – 3 ครั้ง | 141 | 37.6 |
| สัปดาห์ละ 1 ครั้ง | 33 | 8.8 |
| มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง | 25 | 6.7 |
| ไม่แน่นอนขึ้นกับความถี่ | 33 | 8.8 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเงินสดในความถี่เดือนละ 2 – 3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาได้แก่ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.1 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.8 ปีละ 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.7 มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.7 และปีละ 4 – 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนใช้บริการในความถี่ที่ไม่แน่นอน โดยขึ้นกับความถี่ในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ใช้บริการบัตรเงินสด

| สถานที่ใช้บริการบัตรเงินสด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| เครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ | 317 | 84.5 |
| ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต | 140 | 37.3 |
| สถาบันการศึกษา | 92 | 24.5 |
| ในที่ทำการสาขาธนาคารพาณิชย์ | 58 | 15.5 |
| ร้านอาหาร/ภัตตาคาร | 37 | 9.9 |
| มินิมาร์ท/ร้านสะดวกซื้อ | 32 | 8.5 |
| โรงพยาบาล/สถานบันเทิง | 32 | 8.5 |
| ร้านค้าที่บริการรับชำระด้วยบัตรเงินสด | 31 | 8.3 |
| โรงพยาบาล/คลินิก | 22 | 5.9 |
| โรงแรม/รีสอร์ท/แหล่งท่องเที่ยว | 20 | 5.3 |
| สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง | 14 | 3.7 |
| ท่าอากาศยาน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ | 11 | 2.9 |
| ร้านค้าในต่างประเทศ | 8 | 2.1 |
| หน่วยงานที่รับชำระค่าสาธารณูปโภค | 4 | 1.1 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 375 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่า แหล่งหรือสถานที่ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรเงินสด ได้แก่ เครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาได้แก่ ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 37.3 สถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.5 ในที่ทำการสาขาธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 15.5 ร้านอาหาร/ภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 9.9 มินิมาร์ท/ร้านสะดวกซื้อ รวมทั้งโรงพยาบาล/สถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 8.5 เท่ากัน ร้านค้าที่บริการรับชำระด้วยบัตรเงินสด คิดเป็นร้อยละ 8.3 โรงพยาบาล/คลินิก คิดเป็นร้อยละ 5.9 โรงแรม/รีสอร์ท/แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 5.3 สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง คิดเป็นร้อยละ 3.7 ท่าอากาศยาน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 2.9 และร้านค้าในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.1 ในขณะที่กลุ่มที่ใช้บริการตามหน่วยงานที่รับชำระค่าสาธารณูปโภค มีเพียงร้อยละ 1.1

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการบัตรเงินสดที่ใช้

| บริการที่เลือกใช้ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM | 312 | 83.2 |
| สอบถามยอดบัญชีเงินฝากธนาคาร | 135 | 36.0 |
| โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารเดียวกัน | 84 | 22.4 |
| ซื้อสินค้าและบริการแทนเงินสด | 75 | 20.0 |
| โอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร | 46 | 12.3 |
| เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง PINPAD | 40 | 10.7 |
| ชำระบัตรเครดิต | 26 | 6.9 |
| โอนชำระค่าสินค้าและบริการ | 24 | 6.4 |
| ชำระค่าสาธารณูปโภค | 17 | 4.5 |
| ชำระเงินกู้ | 4 | 1.1 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 375 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ถือบัตรเงินสด ส่วนใหญ่นิยมใช้บัตรเงินสด ในการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM โดยมีมากถึงร้อยละ 83.2 รองลงมาได้แก่ บริการสอบถามยอด บัญชีเงินฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 36.0 บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ใช้ซื้อสินค้าและบริการแทนเงินสด คิดเป็นร้อยละ 20.0 บริการ โอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 12.3 บริการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง PINPAD คิดเป็นร้อยละ 10.7 บริการชำระบัตร เครดิต คิดเป็นร้อยละ 6.9 บริการ โอนชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 6.4 บริการชำระค่า สาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 4.5 และใช้ชำระเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 1.1

จากผลการศึกษาดังกล่าวที่ 12 – 15 พบว่า ผู้ใช้บริการบัตรเงินสดถือครองบัตรเงินสดเป็นระยะ เวลา 1.6 – 2.0 ปี และใช้บริการบัตรเงินสดในความถี่เดือนละ 2 – 3 ครั้งมากที่สุด โดยส่วนใหญ่นิยม ใช้บริการบัตรเงินสดจากเครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต และสถาบันการศึกษา ทั้งนี้เพื่อเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM รองลงมาคือ ใช้บริการสอบถาม ยอดบัญชีเงินฝากธนาคาร และบริการ โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารเดียวกัน จึงเห็นได้ว่า การใช้บริการ บัตรเงินสดนั้นกระทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก สามารถเลือกใช้บริการได้ ณ เวลา หรือสถานที่ตามที่ต้องการ ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากเครื่อง ATM ที่มีอยู่ทั่วไปตามสาขาธนาคารพาณิชย์ ซึ่งพบว่าสอดคล้อง ตามทฤษฎี Post-Keynesian Monetary ที่ว่า ธนาคารนั้นควรมีส่วนสำคัญในการกระจายเงินไปสู่ผู้บริโภค

โดยอาศัยเครือข่ายระบบการเงิน โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย อาทิเช่น เครื่อง ATM เป็นต้น เป็นผลให้ธนาคารสามารถกระจายธุรกิจออกไปได้มากกว่า และการขยายตัวของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ออกไปนั้นก็ส่งผลดีต่อผู้บริโภคที่ต้องการใช้บริการของธนาคารโดยตรง ดังเห็นได้จากผลการศึกษารุ่นนี้ที่พบว่าผู้ใช้บัตรเงินสดส่วนใหญ่นิยมใช้บริการบัตรเงินสดจากเครื่อง ATM ของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นเครือข่ายระบบการเงินของธนาคารพาณิชย์ที่อาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยนั่นเอง

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า ธนาคารพาณิชย์นอกจากจะขยายเครือข่ายระบบการเงินโดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแล้ว ยังขยายเครือข่ายในรูปแบบอื่น ๆ อีก โดยเฉพาะการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กล่าวคือ ที่ผ่านมามีการร่วมมือกันระหว่างธนาคารพาณิชย์กับร้านค้าสมาชิกต่าง ๆ เพื่อให้บริการบัตรเงินสดแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยลูกค้าผู้ถือบัตรเงินสดสามารถใช้บัตรเงินสดได้ตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต มินิมาร์ท สถานที่ราชการ สถานศึกษา โรงพยาบาล โรงแรม สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น ซึ่งการขยายเครือข่ายระบบการเงินโดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจนี้ ส่งผลดีทั้งต่อธนาคารและพันธมิตร ในแง่มีรายรับจากค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเงินสดมากขึ้น ส่วนลูกค้าผู้ถือบัตรเงินสดก็ได้รับประโยชน์ในด้านความสะดวกสบาย ความถูกต้อง รวดเร็ว ปลอดภัย สามารถใช้บริการตามจุดที่ให้บริการมากขึ้น และมีสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ควรจะได้รับมากขึ้นเช่นกัน

ผลการศึกษารุ่นนี้พบว่าสอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิ เมฆประมวล (2544) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรสมาร์ทการ์ดไทยพาณิชย์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งได้ศึกษาพบว่า นักศึกษาใช้บัตรสมาร์ทการ์ดเพื่อเบิกถอนเงินจากตู้เอทีเอ็มมากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทรจักร์ (2544) ที่ได้ศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัตรเอทีเอ็มใช้ประโยชน์บัตรเอทีเอ็มสำหรับเบิกถอนเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็มมากที่สุดเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ ใช้ประโยชน์ในการสอบถามยอดเงินกู้หรือเงินฝากคงเหลือ และสำหรับโอนเงินระหว่างบัญชีหรือระหว่างธนาคาร

4.1.4 ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต

| การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|-------|--------|
| ได้รับรู้ | 257 | 68.5 |
| ไม่ได้รับรู้เลย | 118 | 31.5 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 68.5 และที่เหลือนั้นไม่ได้รับรู้เลย คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิตจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

| แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| พนักงานธนาคาร | 156 | 60.7 |
| ญาติพี่น้อง/เพื่อนบ้าน | 79 | 30.7 |
| เพื่อนร่วมงาน | 72 | 28.0 |
| สมาชิกในครอบครัว | 58 | 22.6 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต จำนวน 257 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต จำนวน 257 รายนั้นพบว่า ส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคาร มากถึงร้อยละ 60.7 รองลงมาได้รับรู้จากญาติพี่น้อง/เพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 30.7 จากเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และได้รับรู้จากสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.6

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิตจากแหล่งข้อมูลประเภทสื่อ

| แหล่งข้อมูลประเภทสื่อ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ของธนาคาร | 145 | 56.4 |
| โทรทัศน์ | 122 | 47.5 |
| หนังสือพิมพ์ | 89 | 34.6 |
| นิตยสาร/วารสาร | 59 | 23.0 |
| วิทยุ | 56 | 21.8 |
| เว็บไซต์ของธนาคารทางอินเทอร์เน็ต | 29 | 11.3 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต จำนวน 257 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต จำนวน 257 ราย ส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทแผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาได้รับรู้จากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 47.5 จากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 34.6 นิตยสาร/วารสาร คิดเป็นร้อยละ 23.0 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 21.8 ส่วนที่ได้รับรู้จากเว็บไซต์ของธนาคารทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต

| ความถี่ที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| ปีละ 2 – 3 ครั้ง | 89 | 34.6 |
| เดือนละ 1 ครั้ง | 86 | 33.5 |
| เดือนละ 2 – 3 ครั้ง | 27 | 10.5 |
| สัปดาห์ละ 1 ครั้ง | 21 | 8.2 |
| มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง | 14 | 5.4 |
| ปีละ 4 – 6 ครั้ง | 10 | 3.9 |
| ไม่แน่นอน | 10 | 3.9 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต จำนวน 257 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเงินสด จำนวน 257 รายนั้น ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารในความถี่ปีละ 2 – 3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมาคือได้รับรู้เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.5 เดือนละ 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.5 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.2 มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 และปีละ 4 – 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.9 ส่วนกลุ่มที่รับรู้ในความถี่ที่ไม่แน่นอนนั้นคิดเป็นร้อยละ 3.9

ผลการศึกษารายที่ 16 – 19 พบว่า ผู้ใช้บัตรเงินสดส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเงินสด โดยส่วนใหญ่ได้รับรู้จากพนักงานธนาคารมากกว่าบุคคลอื่น ส่วนการรับรู้จากสื่ออื่นส่วนใหญ่ได้รับรู้จากแผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ของธนาคาร รองลงมาคือ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้เนื่องจากที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์ได้มีการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยให้พนักงานธนาคารเป็นผู้เชิญชวน แนะนำให้ลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารอยู่แล้ว ให้ใช้บริการบัตรเงินสดด้วย พร้อมทั้งจัดรายการส่งเสริมการตลาด โดยการแจกกระเป๋าหรือของชำร่วยต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าผู้ขอใช้บริการบัตรเงินสดรายใหม่ด้วย ในขณะที่เดียวกันก็ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบเกี่ยวกับบริการบัตรเงินสดและสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตร อาทิเช่น การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเงินสดทุกรายการ เพื่อนำมาใช้แลกซื้อสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อจูงใจให้ลูกค้าหันมาใช้บริการด้วยบัตรเงินสดมากยิ่งขึ้น จากการส่งเสริมทางการตลาดดังกล่าวนี้ส่งผลให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการบัตรเงินสดมากขึ้น

จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเงินสดมีจำนวนค่อนข้างมาก และส่วนใหญ่ได้รับรู้จากพนักงานธนาคาร และจากสื่อประเภทแผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ของธนาคารด้วยเช่นกัน ซึ่งพบว่ามีผลคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ ญัฐจิกานต์ ธรรมนันท์ (2540) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการ ATM และปัญหาในการใช้ ATM ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ที่ใช้บัตร ATM ได้รับการชักชวนจากเจ้าหน้าที่ธนาคารให้ทำบัตร จากประเด็นดังกล่าวนี้ทำให้มองเห็นแนวทางหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ที่ธนาคารพาณิชย์อาจนำไปใช้ในการขยายฐานผู้ใช้บริการบัตรเงินสดของตน ก็คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ พนักงานธนาคารและสื่อต่าง ๆ ของธนาคารนั่นเอง โดยนำมาผนวกกับความต้องการหรืออุปสงค์ในการเบิกถอนเงินของลูกค้า รวมทั้งการสร้างค่านิยมในด้านความทันสมัย การให้อิสระและอำนาจในการใช้จ่าย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ก็น่าจะส่งผลให้ลูกค้าหันมานิยมใช้บัตรเงินสดของธนาคารพาณิชย์เพิ่มมากขึ้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการใช้บัตรเงินสด

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการบัตรเงินสด

| ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บัตรเงินสด | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| สะดวกสบายจากการใช้บริการผ่านเครื่อง ATM ทั่วประเทศ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 335 | 89.3 |
| สะดวกปลอดภัยโดยไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก | 306 | 81.6 |
| ทันสมัยและให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว จึงมั่นใจได้ | 200 | 53.3 |
| สามารถตรวจสอบการใช้จ่ายได้ เนื่องจากมีการส่งยอดการใช้บัญชีมาให้ | 96 | 25.6 |
| มีบริการเสริมที่หลากหลายซึ่งตรงกับความต้องการใช้บริการ | 71 | 18.9 |
| สามารถชำระค่าสินค้าและบริการด้วยวงเงินสูงสุดต่อวันต่อบัตร | 58 | 15.5 |
| มีการสะสมคะแนนในการใช้บัตรเพื่อแลกซื้อสินค้า | 44 | 11.7 |
| ประหยัดค่าใช้จ่ายจากการ โอนเงิน ไปยังบุคคลที่ 3 ทั้งภายในและต่างธนาคาร | 44 | 11.7 |
| ได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าจากร้านค้าสมาชิกจากการใช้จ่ายทุกรายการ | 42 | 11.2 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 375 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อบริการบัตรเงินสดว่า มีความสะดวกสบายจากการใช้บริการผ่านเครื่อง ATM ทั่วประเทศ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 89.3 รองลงมา มีความเห็นว่า มีความสะดวกปลอดภัย โดยไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 81.6 ทันสมัยและให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว จึงมั่นใจได้ คิดเป็นร้อยละ 53.3 สามารถตรวจสอบการใช้จ่ายได้ เนื่องจากมีการส่งยอดการใช้บัญชีมาให้ คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีบริการเสริมที่หลากหลายตรงกับความต้องการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 18.9 สามารถชำระค่าสินค้าและบริการด้วยวงเงินสูงสุดต่อวันต่อบัตร คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีการสะสมคะแนนในการใช้บัตรเพื่อแลกซื้อสินค้า รวมทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายจากการ โอนเงิน ไปยังบุคคลที่ 3 ทั้งภายในและต่างธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 11.7 เท่ากัน และได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าจากร้านค้าสมาชิกจากการใช้จ่ายทุกรายการด้วย คิดเป็นร้อยละ 11.2

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการใช้บัตรเงินสด

| ความต้องการใช้บัตรเงินสด | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| ต้องการใช้ | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 26 | 6.9 |
| รวม | 375 | 100.0 |

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไป คิดเป็นร้อยละ 93.1 ส่วนที่เหลือนั้นมีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ ซึ่งมีเพียงร้อยละ 6.9

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการใช้บริการบัตรเงินสด

| เหตุผลที่ต้องการใช้บริการบัตรเงินสด | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| สามารถถอนเงินจากเครื่อง ATM เพื่อใช้ยามฉุกเฉิน ได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 267 | 76.5 |
| ต้องการถือเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน | 223 | 63.9 |
| การใช้จ่ายกระทำไ้คล่องเหมือนกับใช้เงินสด | 169 | 48.4 |
| มีร้านค้าและหน่วยงานจำนวนมากให้บริการ | 63 | 18.1 |
| สามารถจำกัดการใช้จ่ายต่าง ๆ ผ่านบัตรเงินสดด้วยตนเอง | 63 | 18.1 |
| การเบิกถอนเงินมีอัตราค่าธรรมเนียมและค่าคู่สาย เป็นธรรมยอมรับได้ | 56 | 16.0 |
| ใช้บริการต่าง ๆ คู่มีค่ากับอัตราค่าธรรมเนียมรายปี (ปีละ 200 บาท) ที่จ่ายไป | 35 | 10.0 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่ต้องการใช้บริการบัตรเงินสดต่อไป จำนวน 349 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 สำหรับเหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ต้องการใช้บริการบัตรเงินสดต่อไปซึ่งมีจำนวน 349 รายนั้น ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า สามารถถอนเงินจากเครื่อง ATM เพื่อใช้ยามฉุกเฉินได้ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมามีเหตุผลว่า ต้องการถือเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 63.9 การใช้จ่ายกระทำไ้คล่องเหมือนกับใช้เงินสด คิดเป็นร้อยละ 48.4 มีร้านค้าและ

หน่วยงานจำนวนมากให้บริการ และสามารถจัดการใช้จ่ายต่าง ๆ ผ่านบัตรเงินสดด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 18.1 เท่ากัน การเบิกถอนเงินมีอัตราค่าธรรมเนียมและค่าคู่สายเป็นธรรมยอมรับได้ คิดเป็นร้อยละ 16.0 และใช้บริการต่าง ๆ คู่มีค่ากับอัตราค่าธรรมเนียมรายปี (ปีละ 200 บาท) ที่จ่ายไป คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการบัตรเงินสด

| เหตุผลที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ไม่สะดวกเหมือนกับเงินสด | 11 | 42.3 |
| ต้องการใช้จ่ายอย่างอิสระโดยไม่จำกัดการใช้จ่ายเงิน | 6 | 23.1 |
| ต้องการใช้เงินสดใช้จ่ายทั่วไป | 5 | 19.2 |
| ใช้บริการไม่คุ้มกับอัตราค่าธรรมเนียมรายปี (ปีละ 200 บาท) ที่ต้องจ่ายไป | 5 | 19.2 |
| กระทำไม่ได้ไม่สะดวกเท่าที่ควร | 5 | 19.2 |
| มีร้านค้าบางแห่งปฏิเสธที่จะให้บริการด้วยบัตรเงินสด | 5 | 19.2 |
| การเบิกถอนเงินเสียค่าธรรมเนียมและค่าคู่สายในอัตราที่สูงมาก | 3 | 11.5 |

หมายเหตุ : ร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการบัตรเงินสด จำนวน 26 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 สำหรับเหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการบัตรเงินสด ซึ่งมีจำนวน 26 รายนั้น ได้ให้เหตุผลว่า ไม่สะดวกเหมือนกับเงินสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเห็นว่าการใช้จ่ายอย่างอิสระโดยไม่จำกัดการใช้จ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ต้องการใช้นเงินสดใช้จ่ายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 19.2 ใช้บริการไม่คุ้มกับอัตราค่าธรรมเนียมรายปี (ปีละ 200 บาท) ที่ต้องจ่ายไป และกระทำไม่ได้ไม่สะดวกเท่าที่ควร อีกทั้งมีร้านค้าบางแห่งปฏิเสธที่จะให้บริการด้วยบัตรเงินสด คิดเป็นร้อยละ 19.2 เท่ากัน และการเบิกถอนเงินเสียค่าธรรมเนียมและค่าคู่สายในอัตราที่สูงมาก คิดเป็นร้อยละ 11.5

จากผลการศึกษาดังกล่าวที่ 20 – 23 นั้นเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า การใช้บัตรเงินสดมีความสะดวกสบายจากการใช้บริการผ่านเครื่อง ATM ทั่วประเทศ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งมีความสะดวกปลอดภัยโดยไม่ต้องพกพาเงินสดเป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันบริการบัตรเงินสดก็มี

ความทันสมัยและให้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็วมันใจได้ จึงส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการบัตรเงินสดต่อไป ส่วนที่ต้งใจจะยกเลิกใช้บริการพบว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อย เมื่อพิจารณาในด้านความต้องการใช้บริการบัตรเงินสดนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 93.1) มีความต้องการใช้บริการเงินสดต่อไป ซึ่งส่วนใหญ่ได้ให้เหตุผลว่าสามารถถอนเงินจากเครื่อง ATM เพื่อใช้ยามฉุกเฉินได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาให้เหตุผลว่า ต้องการถือเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน และการใช้จ่ายกระทำได้อ่างเหมือนกับใช้เงินสด จากผลการศึกษาในส่วนนี้พบว่า มีความสอดคล้องและเป็นไปตามทฤษฎีว่าด้วยความต้องการที่จะถือเงิน (Liquidity Preference Theory) ในด้านอุปสงค์การถือเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน (Precautionary Demand for Money) ซึ่งสรุปได้ว่า ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉินนั้น นอกจากเนื่องมาจากความไม่แน่นอนด้านรายได้และรายจ่ายในอนาคตที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้าแล้ว บุคคลอาจจะเกิดเจ็บไข้ได้ป่วยหรือว่างงานได้ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็บุคคลหรือธุรกิจก็ตามย่อมมีความจำเป็นในการถือเงินเพื่อใช้ในยามฉุกเฉินเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลในด้านอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากที่กล่าวข้างต้นแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีความต้องการใช้บริการเงินสดต่อไปนั้น ได้ให้เหตุผลว่า มีร้านค้าและหน่วยงานจำนวนมากให้บริการ การเบิกถอนเงินมีอัตราค่าธรรมเนียมและค่าคู่สายเป็นธรรมยอมรับได้ และใช้บริการต่าง ๆ คู่มาับอัตราค่าธรรมเนียมรายปี (ปีละ 200 บาท) ที่จ่ายไป แสดงให้เห็นว่า การใช้บริการบัตรเงินสดของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งที่ผ่านมา นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับจากการใช้บริการหลายประการ เป็นต้นว่า ความถูกต้อง สะดวกรวดเร็วและปลอดภัย มีจุดที่ให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่มีวันหยุด และอัตราค่าธรรมเนียมบริการเป็นธรรมยอมรับได้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการเงินสดต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีอุปสงค์ต่อการใช้บริการเงินสด โดยเห็นว่าสามารถถอนเงินจากเครื่อง ATM เพื่อใช้ยามฉุกเฉินได้ตลอด 24 ชั่วโมงตามต้องการ อีกทั้งการใช้จ่ายด้วยบัตรเงินสดกระทำได้อ่างเหมือนกับใช้เงินสด และไม่ต้องพกเงินสดเป็นจำนวนครั้งละมาก ๆ จึงหันมานิยมใช้บริการเงินสดทดแทนเงินสดมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ได้คาดคะเนถึงประโยชน์ที่จะได้รับและความต้องการใช้บริการในอนาคตควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้แล้ว รสนิยมของแต่ละบุคคลก็มีส่วนช่วยให้ถูกค้ำหันมาใช้บัตรเงินสดมากขึ้นเช่นกัน จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทจักร์ (2544) ที่ได้ศึกษาพบว่า เหตุผลที่กลุ่มผู้ใช้บัตรเอทีเอ็มนิยมใช้บริการบัตรเอทีเอ็มจากเครื่องเอทีเอ็มของธนาคาร ก็คือ สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จากหลายสถานที่ โดยผู้ถือบัตรไม่จำเป็นต้องพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก และการใช้บัตรเอทีเอ็มเป็นการบริการด้วยเทคโนโลยีที่เพิ่มความสะดวกในการใช้บริการเป็นอย่างมากด้วย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิต

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้บัตรเครดิต

| ปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร (Product) | ระดับความต้องการใช้บัตรเครดิต | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|------------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | |
| ความสวยงาม กระดาษดี พกพาได้สะดวก | 122 | 32.5 | 178 | 47.5 | 72 | 19.2 | 2 | 0.5 | 1 | 0.3 | 4.11 | มาก |
| บริการที่สะดวกรวดเร็วและใช้บริการได้ง่าย | 115 | 30.7 | 198 | 52.8 | 60 | 16.0 | 1 | 0.3 | 1 | 0.3 | 4.13 | มาก |
| สามารถสอบถามยอดเงินคงเหลือได้ตลอดเวลา | 99 | 26.4 | 219 | 58.4 | 52 | 13.9 | 5 | 1.3 | 0 | 0.0 | 4.10 | มาก |
| ความปลอดภัยสูง สามารถเปลี่ยนรหัสบัตรได้ตามต้องการ | 85 | 22.7 | 202 | 53.9 | 66 | 17.6 | 18 | 4.8 | 4 | 1.1 | 3.92 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | | | | | | 4.07 | มาก |

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร ที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิต โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.07) โดยปัจจัยย่อยด้านรูปลักษณะบัตรที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตมากที่สุด ได้แก่ การบริการที่สะดวก รวดเร็วและใช้บริการได้ง่าย (4.13) ความสวยงาม กระดาษดี พกพาได้สะดวก (4.11) สามารถสอบถามยอดเงินคงเหลือได้ตลอดเวลา (4.10) และมีความปลอดภัยสูง สามารถเปลี่ยนรหัสบัตรได้ตามต้องการ (3.92)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้บัตรเครดิต

| ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) | ระดับความต้องการใช้บัตรเครดิต | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|-------------|------------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | |
| ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ | 75 | 20.0 | 173 | 46.1 | 125 | 33.3 | 2 | 0.5 | 0 | 0.0 | 3.86 | มาก | |
| มีสาขาธนาคารหลายแห่งจึงเลือกใช้บริการได้สะดวก | 87 | 23.2 | 162 | 43.2 | 113 | 30.1 | 11 | 2.9 | 2 | 0.5 | 3.86 | มาก | |
| ธนาคารมีเครื่อง ATM ที่ใหม่และสวยงามน่าใช้บริการ | 65 | 17.3 | 121 | 32.3 | 164 | 43.7 | 24 | 6.4 | 1 | 0.3 | 3.60 | มาก | |
| มีร้านค้าที่ให้บริการรับชำระค่าสินค้าเป็นจำนวนมาก | 44 | 11.7 | 131 | 34.9 | 160 | 42.7 | 32 | 8.5 | 8 | 2.1 | 3.46 | ปานกลาง | |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | | | | | | | 3.70 | มาก |

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ ที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.07) โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ซึ่งมีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตในระดับมาก ได้แก่ ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการมีสาขาธนาคารหลายแห่งจึงเลือกใช้บริการได้สะดวก (3.86 เท่ากัน) และธนาคารมีเครื่อง ATM ที่ใหม่และสวยงามน่าใช้บริการ (3.60) ขณะที่ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีร้านค้าที่ให้บริการรับชำระค่าสินค้าเป็นจำนวนมาก (3.46)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้บัตรเครดิต
เงินสด

| ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) | ระดับความต้องการใช้บัตรเครดิต | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | ค่าเฉลี่ย |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | |
| | 68 | 18.1 | 163 | 43.5 | 124 | 33.1 | 17 | 4.5 | 3 | 0.8 | 3.74 |
| การสมัครใช้บัตรเครดิตทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน | 94 | 25.1 | 158 | 42.1 | 113 | 30.1 | 5 | 1.3 | 5 | 1.3 | 3.88 |
| สามารถใช้บริการทั้งของธนาคารและต่างธนาคารได้ | 49 | 13.1 | 148 | 39.5 | 150 | 40.0 | 26 | 6.9 | 2 | 0.5 | 3.58 |
| พนักงานธนาคารให้คำแนะนำ รวมทั้งตอบข้อสงสัยหรือ ปัญหาในการใช้บริการได้เป็นที่น่าพอใจ | 46 | 12.3 | 135 | 36.0 | 153 | 40.8 | 37 | 9.9 | 4 | 1.1 | 3.49 |
| การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการบัตรเครดิตผ่าน สื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ | | | | | | | | | | | |
| | ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | 3.67 |

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิต โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตมากที่สุด ได้แก่ สามารถใช้บริการทั้งของธนาคารและต่างธนาคารได้ (3.88) การสมัครใช้บริการธนาคารได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.74) และพนักงานธนาคารให้คำแนะนำรวมทั้งตอบข้อสงสัยหรือปัญหาในการใช้บริการได้เป็นที่น่าพอใจ (3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการบัตรเครดิตผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ (3.49)

จากผลการศึกษารายที่ 24 – 27 เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.07) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.70) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยรวม 3.67) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ยรวม 3.43) อธิบายได้ว่า การใช้บริการบัตรเงินสดนั้น ผู้ใช้จำเป็นต้องพกบัตรไว้กับตัวเพื่อนำไปใช้บริการตามสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะเครื่อง ATM ของสาขาธนาคารพาณิชย์ที่มีอยู่ทั่วไป ดังนั้นปัจจัยทางด้านรูปลักษณะบัตรจึงมีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดเป็นอันดับแรก และแหล่งที่จะไปใช้บริการเป็นอันดับรองลงมา ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านราคานั้น โดยปกติอาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการบัตรเงินสด โดยทั่วไปมักเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัวที่จะได้รับบริการ เนื่องจากธนาคารส่วนใหญ่จะจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดเป็นช่วง ๆ ไม่ได้จัดต่อเนื่องตลอดทั้งปี และส่วนมากมักเป็นกลยุทธ์เพื่อขยายฐานผู้ใช้บริการรายใหม่มากกว่าลูกค้าเดิมที่ใช้บริการอยู่แล้ว ส่วนปัจจัยด้านราคานั้นมักเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ซึ่งบางครั้งทางธนาคารอาจจัดให้มีการส่งเสริมการตลาด โดยอาจเรียกเก็บค่าธรรมเนียมดังกล่าว ซึ่งมีได้จัดอย่างต่อเนื่องอีกเช่น ด้วยเหตุนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาไม่มากนัก เหมือนสองปัจจัยแรกข้างต้น

จากผลการศึกษาในครั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ได้นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์ปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม ในการดำเนินการให้บริการบัตรเงินสดแก่ลูกค้าของตน โดยในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้นำเสนอบัตรเงินสดที่มีการออกแบบรูปร่างลักษณะบัตรที่สวยงามน่าใช้ รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ในด้านสถานที่ (Place) ได้มีการติดตั้งเครื่อง ATM รุ่นใหม่ที่สวยงามน่าใช้บริการมากขึ้นเพื่อให้บริการทั้งภายในที่ทำการสาขา และภายนอกที่ทำการ โดยลูกค้าผู้ถือบัตรสามารถใช้บริการบัตรเงินสดได้ตามร้านค้าสมาชิกและสถานที่ต่าง ๆ อย่างกว้างขวางดังได้กล่าวมาแล้ว อีกทั้งจัดให้เครื่อง ATM นั้นมีแสงสว่างที่เพียงพอและตั้งอยู่ในบริเวณที่สะดวกต่อการไปใช้บริการมากที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบเกี่ยวกับการให้บริการบัตรเงินสด โดยทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง และจัดการส่งเสริมการตลาดเป็นระยะ ๆ ตามโอกาสที่เหมาะสม อาทิเช่น แจกกระเป๋าหรือซองชาวยุโรปให้แก่ลูกค้ารายใหม่ เป็นต้น ส่วนในด้านราคา (Price) ก็ได้มีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมบริการที่เท่าเทียมกับธนาคารพาณิชย์อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นการ โอนภายในธนาคารจะไม่คิดค่าธรรมเนียมแต่อย่างใด

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร (Product) พบว่า ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว และใช้บริการได้ง่าย มีความสวยงาม กะทัดรัด พกพาได้สะดวก สามารถสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี

ได้ตลอดเวลา และมีความปลอดภัยสูงที่สามารถเปลี่ยนรหัสบัตรได้ตามความต้องการ ซึ่งผลการศึกษาในส่วนนี้พบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐจิกานต์ ธรรมนันท์ (2540) และการศึกษาของ วิรัตน์ กำไร (2539) ที่ผลการศึกษาของทั้งสองพบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการ ATM มีความเห็นว่า การใช้บริการบัตรเอทีเอ็มนั้นมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทรจักร์ (2544) ที่ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารพาณิชย์ใช้ประโยชน์ของบัตรเอทีเอ็มในการสอบถามยอดเงินกู้หรือเงินฝากคงเหลือในบัญชีของตน

สำหรับปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดในระดับมาก ได้แก่ ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดีมีความน่าเชื่อถือ มีสาขาธนาคารหลายแห่งจึงเลือกใช้บริการได้สะดวก รวมทั้งธนาคารมีเครื่อง ATM ที่ใหม่และสวยงามน่าใช้บริการ จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านนี้เป็นผลจากความมุ่งมั่นที่จะให้บริการของธนาคารผู้ให้บริการบัตรเงินสด ซึ่งนอกจากจะให้บริการด้วยความถูกต้องสะดวกรวดเร็วและมีความปลอดภัย ที่สะท้อนถึงการมีภาพลักษณ์ในการบริการที่ดีและมีความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการแล้ว ยังมุ่งที่จะสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในด้านการมีจุดที่ให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ควบคู่ไปพร้อม ๆ กันด้วย

ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดในระดับมาก ได้แก่ สามารถใช้บริการทั้งของธนาคารและต่างธนาคารได้ การสมัครใช้บริการกระทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน และพนักงานธนาคารให้คำแนะนำรวมทั้งตอบข้อสงสัยหรือปัญหาจากการใช้บริการได้เป็นที่น่าพอใจ ซึ่งผลการศึกษาในด้านนี้พบว่ามีความคล้ายคลึงกับการศึกษาของ อติสร ชุ่มอินทรจักร์ (2544) ที่ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบัตรเอทีเอ็มผ่านเครื่องเอทีเอ็มของสาขาธนาคารอื่น และของสาขาธนาคารเจ้าของบัตร

ในขณะที่ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price) พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดในระดับปานกลางทุกปัจจัย ได้แก่ การใช้บัตรเงินสดช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายหลายด้าน และเสียดำธรรมเนียมตามอัตราปกติเหมือนกับทุกธนาคาร อัตราค่าธรรมเนียมเป็นธรรมยอมรับได้ และมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อนจะมีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ซึ่งผลการศึกษาในด้านนี้พบว่า เป็นไปตามที่เงื่อนไขสิทธิประโยชน์ที่ธนาคารมอบให้แก่ผู้ใช้บัตรเงินสด โดยธนาคารมุ่งให้ผู้ใช้บริการบัตรเงินสดประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการสามารถโอนไปบุคคลที่ 3 ทั้งภายในและต่างธนาคาร และในกรณีที่เป็นการโอนภายในธนาคารก็จะไม่คิดค่าธรรมเนียมใด ๆ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด

| ปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด | ระดับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|---------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | |
| การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก | 39 | 10.4 | 94 | 25.1 | 183 | 48.8 | 51 | 13.6 | 8 | 2.1 | 3.28 | ปานกลาง |
| การบริการรับแจ้งบัตรสูญหายหรือเกิดปัญหาจากการใช้บัตร | 36 | 9.6 | 136 | 36.3 | 152 | 40.5 | 40 | 10.7 | 11 | 2.9 | 3.39 | ปานกลาง |
| การขอรับบัตรใหม่กรณีบัตรสูญหาย | 40 | 10.7 | 117 | 31.2 | 157 | 41.9 | 49 | 13.1 | 12 | 3.2 | 3.33 | ปานกลาง |
| การเปลี่ยนแปลงข้อมูลในบัตร เช่น การเปลี่ยนชื่อ-สกุล | 22 | 5.9 | 123 | 32.8 | 174 | 46.4 | 45 | 12.0 | 11 | 2.9 | 3.27 | ปานกลาง |
| การใช้บริการเบิกเงินสดจากเครื่อง ATM ทั่วประเทศ | 50 | 13.3 | 126 | 33.6 | 104 | 27.7 | 69 | 18.4 | 26 | 6.9 | 3.28 | ปานกลาง |
| การโอนเงินไปบัญชีอื่นของธนาคารเดียวกัน | 30 | 8.0 | 112 | 29.9 | 148 | 39.5 | 71 | 18.9 | 14 | 3.7 | 3.19 | ปานกลาง |
| การโอนเงินไปบัญชีของธนาคารอื่น | 48 | 12.8 | 115 | 30.7 | 129 | 34.4 | 60 | 16.0 | 23 | 6.1 | 3.28 | ปานกลาง |
| การโอนเงินระหว่างบัญชีที่กำหนดไว้ตอนสมัคร | 25 | 6.7 | 111 | 29.6 | 158 | 42.1 | 68 | 18.1 | 13 | 3.5 | 3.18 | ปานกลาง |
| การสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีเงินฝาก | 38 | 10.1 | 128 | 34.1 | 118 | 31.5 | 50 | 13.3 | 41 | 10.9 | 3.19 | ปานกลาง |
| การชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์มือถือ และค่าบริการเครดิต | 40 | 10.7 | 78 | 20.8 | 162 | 43.2 | 77 | 20.5 | 18 | 4.8 | 3.12 | ปานกลาง |
| การได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้จ่ายด้วยบัตรเงินสด | 32 | 8.5 | 93 | 24.8 | 160 | 42.7 | 62 | 16.5 | 28 | 7.5 | 3.10 | ปานกลาง |

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด

| ปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด | ระดับปัญหาจากการใช้บัตรเงินสด | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|---------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | ค่าเฉลี่ย | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | |
| การได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายทุกรายการด้วยบัตรเงินสด | 33 | 8.8 | 75 | 20.0 | 181 | 48.3 | 71 | 18.9 | 15 | 4.0 | 3.11 | ปานกลาง |
| การขอรายการยอดซื้อสินค้าและบริการย้อนหลัง | 30 | 8.0 | 78 | 20.8 | 169 | 45.1 | 79 | 21.1 | 19 | 5.1 | 3.06 | ปานกลาง |
| การตรวจสอบยอดเงินของร้านค้าขณะใช้บัตร | 29 | 7.7 | 87 | 23.2 | 165 | 44.0 | 71 | 18.9 | 23 | 6.1 | 3.07 | ปานกลาง |
| การชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี | 22 | 5.9 | 86 | 22.9 | 172 | 45.9 | 80 | 21.3 | 15 | 4.0 | 3.05 | ปานกลาง |
| อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงเกินไป | 36 | 9.6 | 89 | 23.7 | 166 | 44.3 | 66 | 17.6 | 18 | 4.8 | 3.16 | ปานกลาง |
| ร้านค้าที่ให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเงินสดมีจำนวนจำกัด | 20 | 5.3 | 124 | 33.1 | 171 | 45.6 | 46 | 12.3 | 14 | 3.7 | 3.24 | ปานกลาง |
| มีการจำกัดวงเงินซื้อสินค้าและบริการสูงสุดต่อวันต่อบัตรซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนเงินคงเหลือในบัญชีขณะใช้บัตร | 20 | 5.3 | 113 | 30.1 | 177 | 47.2 | 48 | 12.8 | 17 | 4.5 | 3.19 | ปานกลาง |
| มีการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการโอนหรือเบิกถอนผ่านเครื่อง ATM | 36 | 9.6 | 118 | 31.5 | 156 | 41.6 | 48 | 12.8 | 17 | 4.5 | 3.29 | ปานกลาง |
| บัตรเงินสดมีความปลอดภัยสูง | 37 | 9.9 | 100 | 26.7 | 138 | 36.8 | 75 | 20.0 | 25 | 6.7 | 3.13 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | | | | | | 3.20 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ประสบปัญหาจากการใช้บริการ บัตรเงินสดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.20) โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ประสบปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัญหาการบริการรับแจ้งบัตรสูญหายหรือเกิดปัญหาจากการใช้บัตร (3.39) ปัญหาการขอรับบัตรใหม่กรณีบัตรสูญหาย (3.33) ปัญหาการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวันในการ โอนหรือเบิกถอนผ่านเครื่อง ATM (3.29) ปัญหาการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก ปัญหาการใช้บริการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM ทั่วประเทศ และปัญหาในการ โอนเงินไปบัญชีของธนาคารอื่น (3.28 เท่ากัน) ปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในบัตร เช่น การเปลี่ยนชื่อ-สกุลผู้ถือบัตร เป็นต้น (3.27) ปัญหาร้านค้าที่ให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเงินสดมีจำนวนจำกัด (3.24) ปัญหาจากการ โอนเงินไปบัญชีอื่นของธนาคารเดียวกัน ปัญหาการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีเงินฝาก รวมทั้งปัญหาการจำกัดวงเงินซื้อสินค้าและบริการสูงสุดต่อวันต่อบัตร ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนเงินคงเหลือในบัญชีขณะใช้บัตร (3.19) ปัญหาการ โอนเงินระหว่างบัญชีที่กำหนดไว้ตอนสมัคร (3.18) ปัญหาอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงเกินไป (3.16) ปัญหาบัตรเงินสดมีความบอบบางทำให้ชำรุดเสียหายได้ง่าย (3.13) ปัญหาจากการชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์มือถือ และค่าบัตรเครดิต (3.12) ปัญหาเกี่ยวกับการ ได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายทุกรายการด้วยบัตรเงินสด (3.11) ปัญหาด้านการได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้จ่ายด้วยบัตรเงินสด (3.10) ปัญหาทางด้านการตรวจสอบยอดเงินของร้านค้าขณะใช้บัตร (3.07) ปัญหาจากการขอรายการยอดซื้อสินค้าและบริการย้อนหลัง (3.06) และปัญหาที่ต้องชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (3.05)

สำหรับผลการศึกษาด้านปัญหาจากการ ใช้บัตรเงินสด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบปัญหาการบริการรับแจ้งบัตรสูญหายหรือเกิดปัญหาจากการ ใช้บัตรเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัญหาการขอรับบัตรใหม่กรณีบัตรสูญหาย ปัญหาการจำกัดวงเงินสูงสุดต่อวัน ในการ โอนหรือเบิกถอนผ่านเครื่อง ATM การสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก ปัญหาจากการใช้บริการเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM ทั่วประเทศ และปัญหาในการ โอนเงินไปบัญชีของธนาคารอื่น ซึ่งผลการศึกษาในส่วนนี้พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐกานต์ ธรรมนันท์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า นักศึกษามีปัญหาจากการ ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มในด้านการจำกัดการใช้วงเงินของบัตรเอทีเอ็ม และสอดคล้องกับการศึกษาของ วิรัตน์ กำไร (2539) ที่ศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้เวลาในการทำบัตรเอทีเอ็มนาน นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิ เมฆประมวล (2544) ที่ศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ใช้บัตรสมาร์ตการ์ดประสบปัญหาด้านคุณภาพของเครื่องบริการเงินด่วน และปัญหาด้านคุณภาพของเครื่องที่ให้บริการบัตรสมาร์ตการ์ด ไม่มีคุณภาพที่ดีพอ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานในการศึกษา

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | เพศ | | | | รวม | |
|----------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|
| | หญิง | | ชาย | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 221 | 94.8 | 128 | 90.1 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 12 | 5.2 | 14 | 9.9 | 26 | 6.9 |
| รวม | 233 | 62.1 | 142 | 37.9 | 375 | 100.0 |

$$\chi^2 = 3.032$$

$$df = 1$$

$$\text{Sig.} = 0.082$$

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป คิดเป็นร้อยละ 94.8 และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 5.2 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ก็มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไปเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 90.1 และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 9.9

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิต กับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 $df = 1$ ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 3.032 และค่า Significance = 0.082 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและเพศของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความถี่ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | อายุ | | | | | | | | | | | | รวม | |
|----------------------------------|---------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-----|--|
| | ไม่เกิน 20 ปี | | 21 – 30 ปี | | 31 – 40 ปี | | 41 – 50 ปี | | 51 – 60 ปี | | จำนวน | ร้อยละ | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | | |
| ต้องการใช้ | 159 | 95.2 | 127 | 92.7 | 31 | 79.5 | 29 | 100.0 | 3 | 100.0 | 349 | 93.1 | | |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 8 | 4.8 | 10 | 7.3 | 8 | 20.5 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 | | |
| รวม | 167 | 44.5 | 137 | 36.5 | 39 | 10.5 | 29 | 7.7 | 3 | 0.8 | 375 | 100.0 | | |

$\chi^2 = 14.746$

df = 4

Sig. = 0.005**

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป คิดเป็นร้อยละ 95.2 และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 4.8 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป คิดเป็นร้อยละ 92.7 และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 7.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป คิดเป็นร้อยละ 79.5 และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.5 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และระหว่าง 51 – 60 ปี นั้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดของสองกลุ่มนี้ มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิต กับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 4 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 14.746 และค่า Significance = 0.005 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและอายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเงินสดกับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความต้องการใช้บัตรเงินสด | ระดับการศึกษา | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|------------|-------------------|-------------|-------------------------|------------|------------------------------|------------|------------|-------------|------------------|------------|-------------|------------|------------|--------------|
| | ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 | | มัธยมศึกษาปีที่ 6 | | ปวช./ปวท./หรือเทียบเท่า | | ปวส./อนุปริญญา/หรือเทียบเท่า | | ปริญญาตรี | | สูงกว่าปริญญาตรี | | ไม่ได้ศึกษา | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 13 | 92.9 | 50 | 98.0 | 24 | 96.0 | 27 | 100.0 | 217 | 91.9 | 13 | 76.5 | 5 | 100.0 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 1 | 7.1 | 1 | 2.0 | 1 | 4.0 | 0 | 0.0 | 19 | 8.1 | 4 | 23.5 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 |
| รวม | 14 | 3.7 | 51 | 13.7 | 25 | 6.7 | 27 | 7.2 | 236 | 62.9 | 17 | 4.5 | 5 | 1.3 | 375 | 100.0 |

$\chi^2 = 12.386$

df = 6

Sig. = 0.054

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปวช./ปวท./หรือเทียบเท่า ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไปเหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 98.0, 96.0, 92.9, 91.9 และ 76.5 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 2.0, 4.0, 7.1, 8.1 และ 23.5 ตามลำดับ แต่กลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา/หรือเทียบเท่า และที่ไม่ได้ศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามของทั้งสองกลุ่มนี้ทั้งหมดยังมีความต้องการใช้บริการบัตรเงินสดต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเงินสด กับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 6 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 12.386 และค่า Significance = 0.054 กล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเงินสดและระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่ได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------------|--------|-------------------|--------|----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|----------------|--------|-------|--------|
| | ไม่มีรายได้ | | ไม่เกิน 5,000 บาท | | 5,001 – 10,000 | | 10,001 – 20,000 | | 20,001 – 30,000 | | มากกว่า 30,000 | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 55 | 93.2 | 206 | 95.8 | 51 | 85.0 | 18 | 81.8 | 10 | 100.0 | 9 | 100.0 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจยกเลิกการใช้บริการ | 4 | 6.8 | 9 | 4.2 | 9 | 15.0 | 4 | 18.2 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 |
| รวม | 59 | 15.7 | 215 | 57.3 | 60 | 16.0 | 22 | 5.9 | 10 | 2.7 | 9 | 2.4 | 375 | 100.0 |

$\chi^2 = 14.297$

df = 5

Sig. = 0.014*

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่ไม่มีรายได้ กลุ่มที่มีรายได้ ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 95.8, 93.2, 85.0 และ 81.8 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 4.2, 6.8, 15.0 และ 18.2 ตามลำดับ แต่ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามของทั้งสองกลุ่มนี้ทั้งหมด มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิต กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 5 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 14.297 และค่า Significance = 0.014 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กัน หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของ ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีความต้องการใช้บัตรเครดิตที่แตกต่างกันนั่นเอง

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความเต็มใจระหว่างความต้องการใช้บัตรเงินสดที่ระยะทางโดยเฉลี่ยจากที่พักไปยังธนาคาร

| ความต้องการใช้บัตรเงินสด | ระยะทางโดยเฉลี่ย | | | | | | | | | | | | รวม | |
|----------------------------------|------------------|--------|---------------|--------|----------------|--------|----------------|--------|---------------------|--------|--------|--------|-----|--|
| | 0-5 กิโลเมตร | | 6-10 กิโลเมตร | | 11-15 กิโลเมตร | | 16-20 กิโลเมตร | | มากกว่า 20 กิโลเมตร | | ร้อยละ | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | |
| ต้องการใช้ | 150 | 90.9 | 61 | 88.4 | 46 | 95.8 | 57 | 100.0 | 35 | 97.2 | 349 | 93.1 | | |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 15 | 9.1 | 8 | 11.6 | 2 | 4.2 | 0 | 0.0 | 1 | 2.8 | 26 | 6.9 | | |
| รวม | 165 | 44.0 | 69 | 18.4 | 48 | 12.8 | 57 | 15.2 | 36 | 9.6 | 375 | 100.0 | | |

$\chi^2 = 9.293$

df = 4

Sig. = 0.054

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะทางโดยเฉลี่ยจากที่พักไปยังธนาคารมากกว่า 20 กิโลเมตร ระหว่าง 11 – 15 กิโลเมตร ระหว่าง 0 – 6 กิโลเมตร และระหว่าง 6 – 10 กิโลเมตร ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไป คิดเป็นร้อยละ 97.2, 95.8, 90.9 และ 88.4 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการมีเพียงร้อยละ 2.8, 4.2, 9.1 และ 11.6 ตามลำดับ แต่ในกลุ่มที่มีระยะทางระหว่าง 16 – 20 กิโลเมตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ทั้งหมดมีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0

และจากผลการทดสอบความเต็มใจระหว่างความต้องการใช้บัตรเงินสด กับระยะทางโดยเฉลี่ยจากที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามไปยังธนาคาร ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 4 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 9.293 และค่า Significance = 0.054 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเงินสดและระยะทางโดยเฉลี่ยจากที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามไปยังธนาคาร ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านระยะทางโดยเฉลี่ยจากที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามไปยังธนาคาร มีได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | ระยะเวลาโดยเฉลี่ย | | | | | | | | | | | | รวม | |
|----------------------------------|-------------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|---------------------|--------|-------------------|--------|-------|--------|-----|--|
| | 0 - 15 นาที | | 16 - 30 นาที | | 31 - 45 นาที | | 46 นาที - 1 ชั่วโมง | | มากกว่า 1 ชั่วโมง | | จำนวน | ร้อยละ | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | | |
| ต้องการใช้ | 161 | 93.1 | 83 | 91.2 | 36 | 85.7 | 59 | 100.0 | 10 | 100.0 | 349 | 93.1 | | |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 12 | 6.9 | 8 | 8.8 | 6 | 14.3 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 | | |
| รวม | 173 | 46.1 | 91 | 24.3 | 42 | 11.2 | 59 | 15.7 | 10 | 2.7 | 375 | 100.0 | | |

$\chi^2 = 9.146$

df = 4

Sig. = 0.058

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ใช้เวลาเดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร โดยเฉลี่ย ระหว่าง 0 - 15 นาที ระหว่าง 16 - 30 นาที และระหว่าง 31 - 45 นาที ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตไป โดยคิดเป็นร้อยละ 93.1, 91.2 และ 85.7 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 6.9, 8.8 และ 14.3 ตามลำดับ แต่ในกลุ่มที่ใช้เวลาเดินทางโดยเฉลี่ยระหว่าง 46 นาที - 1 ชั่วโมง และมากกว่า 1 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดของทั้งสองกลุ่มนี้มีความต้องการใช้บัตรเครดิตไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0 เท่ากัน

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิต กับระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 4 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 9.146 และค่า Significance = 0.058 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้เดินทางจากที่พักเพื่อไปใช้บริการที่ธนาคาร มีได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นการวัดความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับระยะเวลาที่ครอบครัวของบัตรเงินสด

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | ระยะเวลาที่ครอบครัวใช้บัตรเครดิต | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|--------|--------------|--------|------------|--------|------------|--------|--------------|--------|-------|--------|
| | 0-6 เดือน | | 7 เดือน-1 ปี | | 1.1-1.5 ปี | | 1.6-2.0 ปี | | มากกว่า 2 ปี | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 68 | 93.2 | 71 | 94.7 | 60 | 92.3 | 101 | 91.8 | 49 | 94.2 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 5 | 6.8 | 4 | 5.3 | 5 | 7.7 | 9 | 8.2 | 3 | 5.8 | 26 | 6.9 |
| รวม | 73 | 19.5 | 75 | 20.0 | 65 | 17.3 | 110 | 29.3 | 52 | 13.9 | 375 | 100.0 |

$\chi^2 = 0.731$

df = 4

Sig. = 0.947

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม คือที่มีระยะเวลาครอบครัวใช้บัตรเครดิตระหว่าง 7 เดือน-1 ปี มากกว่า 2 ปี ระหว่าง 0-6 เดือน ระหว่าง 1.1-1.5 ปี และระหว่าง 1.6-2.0 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 94.7, 94.2, 93.2, 92.3 และ 91.8 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บัตร มีเพียงร้อยละ 5.3, 5.8, 6.8, 7.7 และ 8.2 ตามลำดับ

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับระยะเวลาที่ครอบครัวใช้บัตรเครดิต ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 4 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 0.731 และค่า Significance = 0.947 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและระยะเวลาที่ครอบครัวใช้บัตรเครดิต มีความสัมพันธ์กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาที่ครอบครัวใช้บัตรไม่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับการให้บริการบัตรเครดิต

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | ความถี่ในการใช้บริการบัตรเครดิต | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|------------|----------------|------------|-----------------|-------------|-------------------|-------------|-----------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|------------|--------------|
| | ปีละ 2-3 ครั้ง | | ปีละ 4-6 ครั้ง | | เดือนละ 1 ครั้ง | | เดือนละ 2-3 ครั้ง | | ต่ำกว่า 1 ครั้ง | | ไม่แน่นอน | | | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | | | | |
| ต้องการใช้ | 28 | 96.6 | 15 | 93.8 | 84 | 85.7 | 135 | 95.7 | 33 | 100.0 | 23 | 92.0 | 31 | 93.9 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 1 | 3.4 | 1 | 6.3 | 14 | 14.3 | 6 | 4.3 | 0 | 0.0 | 2 | 8.0 | 2 | 6.1 | 26 | 6.9 |
| รวม | 29 | 7.7 | 16 | 4.3 | 98 | 26.1 | 141 | 37.6 | 33 | 8.8 | 25 | 6.7 | 33 | 8.8 | 375 | 100.0 |

$\chi^2 = 12.876$

df = 6

Sig. = 0.045*

๑๓

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเครดิตปีละ 2-3 ครั้ง เดือนละ 2-3 ครั้ง ปีละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้ง มีแนวโน้มใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตสูงต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 96.6, 95.7, 93.8 และ 92.0 ตามลำดับ และที่มีความถี่ใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 3.4, 4.3, 6.3 และ 8.0 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บัตร ไม่แน่นอนซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ที่มีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไปด้วยเช่นกัน โดยคิดเป็นร้อยละ 93.9 และที่มีความถี่ใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 6.1 แต่ในกลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเครดิตปีละ 1 ครั้งนั้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ทั้งหมดมีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับการให้บริการบัตรเครดิต พบว่าความสัมพันธ์มีความสำคัญ 0.05 df = 6 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 12.876 และค่า Significance = 0.045 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและความถี่ในการให้บริการบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กัน หรือหนึ่งก็คือ ปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการให้บริการบัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเครดิตต่างกัน จะมีความต้องการใช้บัตรเงินสดแตกต่างกัน

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร | | | | รวม | |
|----------------------------------|---------------------------|--------|-----------------|--------|-------|--------|
| | ได้รับรู้ | | ไม่ได้รับรู้เลย | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 242 | 94.2 | 107 | 90.7 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 15 | 5.8 | 11 | 9.3 | 26 | 6.9 |
| รวม | 257 | 100.0 | 118 | 100.0 | 375 | 100.0 |

$$\chi^2 = 1.523$$

$$df = 1$$

$$\text{Sig.} = 0.217$$

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป คิดเป็นร้อยละ 94.2 และที่ที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 5.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไปเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 90.7 และที่ที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 9.3

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิต กับการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 $df = 1$ ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 1.523 และค่า Significance = 0.217 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยด้านการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบัตรเครดิต มิได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร (Product)

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | ปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------|--------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | 92 | 92.9 | 223 | 92.5 | 33 | 97.1 | 1 | 100.0 | 0 | 0.0 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 7 | 7.1 | 18 | 7.5 | 1 | 2.9 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 |
| รวม | 99 | 26.4 | 241 | 64.2 | 34 | 9.1 | 1 | 0.3 | 0 | 0.0 | 375 | 100.0 |

$\chi^2 = 1.024$

df = 3

Sig. = 0.795

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร ในระดับปานกลาง ระดับมากที่สุด และระดับมากที่สุดส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 97.1, 92.9 และ 92.5 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 2.9, 7.1 และ 7.5 ตามลำดับ แต่สำหรับกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อยังยัด้านรูปลักษณะบัตรในระดับน้อยนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ทั้งหมดมีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100.0

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 3 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 1.024 และค่า Significance = 0.795 กล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านรูปลักษณะบัตรมิได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเงินสดกับปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ (Place)

| ความต้องการใช้บัตรเงินสด | ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ | | | | | | | | | | | | รวม | |
|----------------------------------|-----------------------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|----------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------|--------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | รวม | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 56 | 93.3 | 172 | 91.5 | 115 | 95.8 | 6 | 85.7 | 0 | 0.0 | 349 | 93.1 | | |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 4 | 6.7 | 16 | 8.5 | 5 | 4.2 | 1 | 14.3 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 | | |
| รวม | 60 | 16.0 | 188 | 50.1 | 120 | 32.0 | 7 | 1.9 | 0 | 0.0 | 375 | 100.0 | | |

$\chi^2 = 2.741$

df = 3

Sig. = 0.433

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ในระดับปานกลาง ระดับมากที่สุด ระดับมาก และระดับน้อย ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเงินสดต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 95.8, 93.3, 91.5 และ 85.7 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 4.2, 6.7, 8.5 และ 14.3 ตามลำดับ

และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเงินสด กับปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 3 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 2.741 และค่า Significance = 0.433 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเงินสดและปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่มิได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเงินสดของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใดนั่นเอง

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 51 | 94.4 | 177 | 90.3 | 116 | 97.5 | 4 | 80.0 | 1 | 100.0 | 349 | 93.1 |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 3 | 5.6 | 19 | 9.7 | 3 | 2.5 | 1 | 20.0 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 |
| รวม | 54 | 14.4 | 196 | 52.3 | 119 | 31.7 | 5 | 1.3 | 1 | 0.3 | 375 | 100.0 |

$\chi^2 = 7.462$

df = 4

Sig. = 0.113

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ค่ามากที่สุดต่อปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด ระดับมาก และระดับน้อย ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 97.5, 94.4, 90.3 และ 80.0 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 2.5, 5.6, 9.7 และ 20.0 ตามลำดับ แต่ในส่วนของกลุ่มที่ให้ค่ามากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มนี้ทั้งหมดมีความต้องการใช้บัตรเครดิตไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิต กับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 4 ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) = 7.462 และค่า Significance = 0.113 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มิได้มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตแบบสอบถามแต่อย่างใด

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นการใช้บัตรเครดิตซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price)

| ความต้องการใช้บัตรเครดิต | ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา | | | | | | | | | | | | รวม | |
|----------------------------------|--------------------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------|--------|
| | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | รวม | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต้องการใช้ | 35 | 81.4 | 122 | 93.8 | 177 | 95.7 | 13 | 86.7 | 2 | 100.0 | 349 | 93.1 | | |
| มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการ | 8 | 18.6 | 8 | 6.2 | 8 | 4.3 | 2 | 13.3 | 0 | 0.0 | 26 | 6.9 | | |
| รวม | 43 | 11.5 | 130 | 34.6 | 185 | 49.3 | 15 | 4.0 | 2 | 0.6 | 375 | 100.0 | | |

$$\chi^2 = 12.253$$

$$df = 4$$

$$\text{Sig.} = 0.016^*$$

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คำตอบเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคาในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการบัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 95.7, 93.8, 86.7 และ 81.4 ตามลำดับ และที่มีความตั้งใจจะยกเลิกการใช้บริการมีเพียงร้อยละ 4.3, 6.2, 13.3 และ 18.6 ตามลำดับ แต่สำหรับกลุ่มที่ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ทั้งหมดมีความต้องการใช้บัตรเครดิตต่อไป โดยคิดเป็นร้อยละ 100.0

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บัตรเครดิตกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 $df = 6$ ค่าสถิติไคสแควร์ $(\chi^2) = 12.253$ และค่า Significance = 0.016 จึงกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้บัตรเครดิตและปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กัน หรือนัยหนึ่งก็คือ ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานในการศึกษาไว้ว่า “ปัจจัยลักษณะทั่วไป ปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจ ปัจจัยลักษณะการใช้บริการ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยทางการตลาด มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บัตรเครดิต ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”

จากผลการทดสอบสมมติฐานดังมีรายละเอียดในตารางที่ 29 – 42 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

- 1) ปัจจัยลักษณะทั่วไป ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ ($X^2 = 14.746$, $df = 4$, $Sig. = 0.005^{**}$)
- 2) ปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($X^2 = 14.297$, $df = 5$, $Sig. = 0.014^*$)
- 3) ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ($X^2 = 12.253$, $df = 6$, $Sig. = 0.016^*$)

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้น สรุปได้ว่า ผลการศึกษานี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกประการ ดังนั้นสมมติฐานในการศึกษาจึงได้รับการปฏิเสธหรือไม่ยอมรับ เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเพียงปัจจัยลักษณะทั่วไป ได้แก่ อายุ ปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยทางการตลาดด้านราคาเท่านั้น ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยลักษณะการใช้บริการ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ไม่มีผลต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด ฉะนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานในการศึกษาดังกล่าว