

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

สถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบการเงินและเศรษฐกิจของประเทศ คือ “ธนาคารพาณิชย์” เนื่องจากเป็นแหล่งเงินทุนที่ได้รับจากการระดมเงินออมจากประชาชนในรูปแบบของการฝากเงินประเภทต่าง ๆ และนำเงินที่รับฝากนั้นไปหาประโยชน์ตอบแทนให้แก่ธนาคารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้สินเชื่อแก่ภาคเอกชน และรัฐบาล ซึ่งผลตอบแทนที่ได้รับ ก็ได้แก่ ดอกเบี้ย ที่เกิดจากส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากกับอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ตลอดจน การให้บริการด้านอื่น ๆ เช่น การโอนเงิน การปริวรรตเงินตราต่างประเทศ และการให้บริการด้านอื่น ๆ เป็นต้น แต่หลังจากปี 2537 เป็นต้นมา รัฐบาลมีการลดค่าเงินบาทและกระตุ้นให้มีการเปิดเสรีทางการเงิน ทำให้การแข่งขันในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการจากเดิมที่เน้นการสร้างรายได้ จากการให้บริการด้านสินเชื่อ มาให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ยในรูปแบบการให้บริการที่มีความแตกต่างกันออกไปทุกธนาคารจึงพยายามใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ และความประทับใจให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านบริการของบุคลากร การเสนอบริการด้านเทคโนโลยี ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ดังนั้นจากการแข่งขันดังกล่าวทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกที่จะใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับเขามากที่สุด กอรปกับวิกฤตทางการเงินเมื่อปี 2540 ทำให้ธนาคารพาณิชย์ หลายแห่งเข้มงวดและมีความระมัดระวังในการให้บริการสินเชื่อมากขึ้น เนื่องมาจากปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLS) และมาตรการที่เข้มงวดของรัฐบาล ทำให้ผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์บางแห่งประสบปัญหาการขาดทุน และปิดกิจการไปในที่สุด เพราะส่วนหนึ่งเนื่องจากรายได้ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับในรูปแบบของดอกเบี้ยมีแนวโน้มที่ลดลง ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ หลายแห่งที่พ้นจากวิกฤตทางการเงินเมื่อปี 2540 จึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ยในรูปแบบของค่าธรรมเนียมด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาชดเชยรายได้จากดอกเบี้ยที่ลดลง ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ก็ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง ตลอดจนมีการขยายและคิดค้นผลิตภัณฑ์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นมีการแข่งขันในด้านของราคาผลิตภัณฑ์ รวมถึง

มีการดูแลรักษาตู้กดรายเติมให้คงอยู่อย่างเหนียวแน่น ดังนั้นบริการหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งให้ความสำคัญ ได้แก่ การเร่งหารายได้ค่าธรรมเนียมจากการขยายบัตร เอ ที เอ็ม (automatic teller machine) ซึ่งเป็นบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่อำนวยความสะดวกและรวดเร็วแก่ลูกค้า โดยเครื่อง เอ ที เอ็ม ซึ่งสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยผู้ใช้บริการต้องมีบัตร เอ ที เอ็ม ในการใช้บริการ ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ได้มีการพัฒนารูปแบบของบัตร เอ ที เอ็ม ขึ้นมาใหม่หลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้สังเกตเห็นว่าการดำเนินธุรกิจการเงินในปัจจุบัน จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการเร่งระดมหารายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย ในรูปผลตอบแทนของค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เพื่อนำมาชดเชยรายได้จากดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มลดลงผนวกกับเป็นการลดต้นทุน และลดความเสี่ยงของธนาคารด้วย การเพิ่มค่าธรรมเนียมจากการให้บริการด้าน เอ ที เอ็ม ถือว่าเป็นช่องทางด้านการตลาดที่ธนาคารสามารถสร้างรายได้ให้กับธนาคารในปริมาณที่สูง มีต้นทุนต่ำ และมีรายได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของเครื่อง เอ ที เอ็ม ตลอดจนการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบัตร เอ ที เอ็ม ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ได้ขยายผลิตภัณฑ์ด้าน เอ ที เอ็ม ออกสู่ตลาด โดยเฉพาะการขยายสู่กลุ่มลูกค้าในสถาบันการศึกษา ในรูปแบบของ ATM ID CARD ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบใหม่ของบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาการให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยีและฐานข้อมูลที่ทันสมัย เพิ่มประสิทธิภาพการบริการทางการเงินด้วยการนำสิทธิประโยชน์ของบัตรต่าง ๆ รวมไว้ด้วยกัน (one card for all) เช่น เป็นบัตรประจำตัวนักศึกษา บัตรบริการเงินด่วน (ATM) เป็นต้น

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มลูกค้าสถาบันการศึกษาที่ยอมรับถึงความเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในการอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักศึกษาและบุคลากรในสถาบัน จึงได้ร่วมลงนามทำสัญญาใช้บริการ ATM ID CARD กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2545 โดยมีข้อตกลงว่าจะจัดทำบัตรประจำตัวนักศึกษาในรูปแบบของบัตร ATM ID CARD ให้แก่นักศึกษาที่เข้าศึกษาที่สถาบัน ทำให้ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งได้ช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธนาคารคู่แข่ง พร้อมกับมีวิสัยทัศน์ในอนาคตว่ากลุ่มนักศึกษาเหล่านี้เมื่ออยู่ในวัยเรียนมีโอกาสได้ใช้บริการของธนาคาร จะทำให้เกิดความผูกพันกับธนาคาร หากสำเร็จการศึกษาก็มีโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการกับธนาคารอีกในรูปแบบบริการต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต

ปัจจุบันผู้ใช้บริการบัตร เอ ที เอ็ม ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน จำนวน 43,485 บัตร จากจำนวนบัญชีเงินฝากประเภทเงินฝากออมทรัพย์

(saving account) ทั้งหมด 85,213 บัญชี (ข้อมูลจากสำนักงานเขต ส่วนภูมิภาคเขต 8 ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2546) โดยมีสัดส่วนการถือบัตร ATM ต่อจำนวนบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 51.03 (รายงานประจำเดือนธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สำนักงานภาคเหนือ, 1 สิงหาคม 2546) ซึ่งธนาคารพยายามขยายฐานลูกค้าให้มีการใช้บัตร เอ ที เอ็ม ปริมาณมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ก็มีการแข่งขันการให้บริการลูกค้าเช่นเดียวกัน

ดังนั้นการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจะสามารถแบ่งสัดส่วนการตลาดในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ ATM จำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ผู้ศึกษาในฐานะของบุคลากรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งและเป็นส่วนหนึ่งของผู้ให้บริการ มีความตระหนักว่าปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการ และคิดค้นตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการพัฒนารูปแบบที่แตกต่างกันออกไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการที่จะเข้าไปเจาะกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าว่าผลิตภัณฑ์ประเภทใดมีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใด ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม รวมทั้งปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวไปเสนอต่อผู้บริหารและทีมงานด้านการตลาดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการบริการในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และเป็นวิธีที่จะหาช่องทางในการขยายฐานบัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม สำหรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มสถาบันการศึกษา ตลอดจนเป็นการสร้างแรงจูงใจต่อความต้องการใช้บัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม ให้มากขึ้น รวมไปถึงการบริการที่ลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์สูงสุด ตลอดจนเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจและปัญหาการใช้บัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

All rights reserved

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาในครั้งนี้คาดว่าจะได้ประโยชน์ ดังนี้

1.3.1 เป็นฐานข้อมูลสำหรับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในการปรับปรุงด้านการบริการและใช้ในการวางแผนขยายบริการลูกค้ากลุ่มสถาบันการศึกษาและห้างร้าน บริษัท ให้ได้รับความสะดวกและได้รับความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ทั้งเป็นการเพิ่มรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ยให้กับธนาคารอีกทางหนึ่งด้วย

1.3.2 เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ ในการปรับปรุงบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนาบัตรประจำตัวนักศึกษาเพื่อใช้ชำระค่าลงทะเบียนเรียน

### 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม เฉพาะ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะทำการศึกษานักศึกษาที่อยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีเฉพาะที่ถือบัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม เท่านั้น

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**บัตร เอ ที เอ็ม (automatic teller machine)** หมายถึงบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารพาณิชย์ที่อำนวยความสะดวกและรวดเร็วแก่ลูกค้าในการดำเนินการทางการเงินผ่านเครื่องให้บริการ ซึ่งสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

**บัตรประจำตัว เอ ที เอ็ม** หมายถึงบัตร เอ ที เอ็ม ที่จัดทำบัตรประจำตัวนักศึกษาในรูปแบบของบัตร ATM ID CARD ที่เข้าศึกษากับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

**นักศึกษา** หมายถึงนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บัตรประจำตัวเอ ที เอ็ม

**การให้บริการของธนาคาร** หมายถึงรูปแบบและกระบวนการให้บริการ รวมตลอดถึงช่องทางในการให้บริการที่ธนาคารจัดไว้คอยบริการแก่นักศึกษาเกี่ยวกับการใช้บัตรประจำตัวเอทีเอ็ม

**พฤติกรรมการใช้บัตรประจำตัวเอ ที เอ็ม** หมายถึงความถี่ในการใช้ประโยชน์จากบัตรประจำตัวเอทีเอ็มในลักษณะต่างๆ เช่น การถอนเงิน การใช้เป็นบัตรนักศึกษาเข้าห้องเรียนหรือห้องสอบ การใช้ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น

**ความพึงพอใจ** หมายถึงความพึงพอใจของนักศึกษาที่ถือบัตรประจำตัวเอ ที เอ็ม ที่มีต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้จากบัตร สิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการใช้บัตร ความสะดวก ช่วงเวลาในการใช้บัตร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved